

Министерство образования и науки Российской Федерации
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ – «НИНХ»

Кафедра бизнеса в сфере услуг

**МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Учебная дисциплина
ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА

Для студентов, обучающихся по направлениям подготовки:

38.03.06 Торговое дело без профиля

43.03.01 Сервис, профиль «Сервис в торговле»

Новосибирск 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ.....	4
1.1. Организация самостоятельной работы студентов по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.....	4
1.2. Содержание практических (семинарских) занятий.....	4
Тема 1. Основные элементы инфраструктуры рынка.....	4
Тема 2. Организация коммерческой деятельности в строительстве.....	6
Тема 3. Организация коммерческих процессов по купле-продаже, обмену и продвижению сельскохозяйственного сырья и продовольствия.....	8
Тема 4. Концепция организации и управления коммерческой деятельностью в сфере товарного обращения.....	10
Тема 5. Организация продажи товаров на предприятиях розничной торговли.....	12
Тема 6. Организация и управление коммерческими процессами на производственном предприятии.....	13
Тема 7. Организация коммерческой деятельности на рынке недвижимости.....	15
Тема 8. Организация коммерции в деятельности страховых компаний.....	16
Тема 9. Торговля промышленной и интеллектуальной собственностью.....	18
Тема 10. Организация коммерческой деятельности на рынке лизинговых услуг.....	19
Тема 11. Коммерческие механизмы франчайзинга.....	21
1.3. Список библиографических источников для подготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам учебной дисциплины.....	23
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАПЛАНИРОВАННОГО ВИДА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ.....	24
2.1. Задания для выполнения эссе.....	24
2.2. Общие требования к выполнению эссе.....	25
2.3. Требования к структуре, объему и содержанию эссе.....	25
2.4. Критерии оценки эссе.....	25
2.5. Требования к форме представления эссе.....	25
2.6. Общие требования к выполнению реферата.....	26
РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	28
3.1. Список вопросов для подготовки к экзамену.....	28
3.2. Общие положения проведения экзамена.....	39
Приложение 1 Требования к оформлению различных видов самостоятельной работы студентов.....	30

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ

1.1. Организация самостоятельной работы студентов по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к практическому (семинарскому) занятию по учебной дисциплине «Инфраструктура рынка»:

1. Проработать конспект лекций;
2. При необходимости обратиться к источникам основной и дополнительной литературы, рекомендованной по каждому из двух разделов учебной дисциплины;
3. Подготовить устный ответ на вопросы, входящие в структуру содержания практического (семинарского) занятия по каждой теме соответствующего раздела учебной дисциплины;
4. Ответить на вопросы тестовых заданий по каждой конкретной теме соответствующего раздела учебной дисциплины, выбрав один или несколько вариантов ответа верных, по Вашему мнению;
5. Подготовить доклад по направлениям исследования, предложенным для каждой из тем соответствующего раздела учебной дисциплины;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Формой текущего контроля самостоятельного изучения студентом отдельных тем является опрос с применением образовательных технологий, отраженных в Рабочей программе учебной дисциплины.

1.2. Содержание практических (семинарских) занятий

Практические (семинарские) занятия по дисциплине «Инфраструктура рынка» проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом и планом практических занятий, отраженными в Рабочей программе, утвержденной на заседании кафедры Сервиса и организации коммерческой деятельности 30 августа 2011 г., протокол № 1.

Тема 1. Основные элементы инфраструктуры рынка.

1. Инфраструктура рынка: понятие, сущность.
2. Основные элементы инфраструктуры рынка.
3. Основные задачи и функции инфраструктуры рынка.
4. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (банки, аудиторские, консалтинговые компании).

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. Что такое инфраструктура рынка?
 - 1.2. В чем состоит сущность инфраструктуры рынка?
 - 1.3. Охарактеризуйте основные элементы инфраструктуры рынка.
 - 1.4. Каковы основные задачи инфраструктуры рынка?
 - 1.5. Каковы основные функции инфраструктуры рынка?

1.6. Охарактеризуйте банки как элемент инфраструктуры рынка.

1.7. Охарактеризуйте аудиторские компании как элемент инфраструктуры рынка.

1.8. Охарактеризуйте консалтинговые компании как элемент инфраструктуры рынка.

1.9. Какие факторы оказывают влияние на формирование инфраструктуры рынка?

1.10. Какова роль государства в формировании рыночной инфраструктуры?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

2.1. Рыночная инфраструктура включает в себя три основных элемента:

А. рынок товаров и услуг, рынок золота, рынок ценных бумаг;

Б. рынок товаров и услуг, финансовый рынок, рынок капиталов;

В. рынок товаров и услуг, рынок нефти, рынок труда;

Г. рынок товаров и услуг, рынок факторов производства, финансовый рынок.

2.2. Какой из нижеперечисленных элементов является наиболее важным для рыночной экономики:

А. эффективные профсоюзы;

Б. активная конкуренция;

В. всеобщее государственное регулирование;

Г. взвешенные действия предпринимателей.

2.3. Экономическая реформа – это:

А. специально организованные и проводимые высшими органами власти преобразования;

Б. альтернатива социальной революции;

В. система общественных экспериментов;

Г. переход общества к рыночной экономике.

2.4. Основными экономическими субъектами являются:

А. предприниматели, наемные работники, менеджеры;

Б. домохозяйство, фирмы, государство;

В. фирмы, наемные работники, государство;

Г. государство, менеджеры, наемные работники.

2.5. По утверждению экономистов-классиков, рынок никто не создавал и не проектировал. Поэтому рыночной экономикой управляют:

А. стихийные и хаотичные импульсы экономических процессов;

Б. отдельные наиболее удачные предприниматели;

В. потребители и производители товаров;

Г. экономические законы, проявляющиеся в деятельности хозяйствующих субъектов.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Роль и место инфраструктуры в создании условий эффективного

функционирования рынка.

3.2. Система и признаки классификации рыночной инфраструктуры.

3.3. Формы и методы регулирования процессов формирования инфраструктуры

Тема 2. Организация коммерческой деятельности в строительстве.

1. Сущность строительства как важнейшей отрасли материального производства.

2. Основные составляющие коммерческой деятельности в строительстве: МТО строительства и реализация строительной продукции.

3. Организационные формы строительства.

4. Строительный рынок как система.

5. Субъекты строительного рынка.

6. Информационная система строительного рынка как важнейшая часть его эффективного функционирования.

7. Материально-техническое обеспечение строительства.

8. Цели и задачи МТО строительных организаций.

9. Классификация материально-технических ресурсов.

10. Службы строительного производства: служба МТО, служба складирования и хранения материалов, производственно-технологическая служба комплектации готовой продукции, служба инструментального хозяйства и технологической оснастки, служба ремонтно-механических работ, служба транспортных процессов.

11. Организационно-правовые формы предприятий в строительстве.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1.1. В чем состоит сущность строительства как важнейшей отрасли материального производства?

1.2. Дайте характеристику МТО строительства как основной составляющей коммерческой деятельности.

1.3. В чем состоит специфика реализации строительной продукции?

1.4. Дайте характеристику организационных форм строительства?

1.5. Что представляет собой строительный рынок как система?

1.6. Охарактеризуйте субъектов строительного рынка.

1.7. Что представляет собой информационная система строительного рынка?

1.8. Как осуществляется материально-техническое обеспечение строительства?

1.9. Каковы цели и задачи МТО строительных организаций?

1.10. Как осуществляется классификация материально-технических ресурсов?

1.11. Как функционирует служба МТО на строительном производстве?

1.12. Как функционирует служба складирования и хранения материалов на строительном производстве?

1.13. Как функционирует производственно-технологическая служба комплектации готовой продукции на строительном производстве?

1.14. Как функционирует служба инструментального хозяйства и технологической оснастки на строительном производстве?

1.15. Как функционирует служба ремонтно-механических работ на строительном производстве?

1.16. Как функционирует служба транспортных процессов на строительном производстве?

1.17. Дайте характеристику организационно-правовых форм предприятий в строительстве.

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

2.1. Инфраструктура выступает как:

А. совокупность организационно-правовых форм, обслуживающих продвижение и реализацию экономических благ;

Б. совокупность бирж, рынков, институтов, обслуживающих продвижение и реализацию товаров;

В. совокупность субъектов хозяйствования, обслуживающих продвижение и реализацию ценных бумаг;

Г. все ответы верны.

2.2. Частная инфраструктура связана с:

А. обслуживанием конкретных операций по реализации продукции;

Б. взвешиванием продукции;

В. транспортировкой товара;

Г. все ответы верны.

2.3. Общая инфраструктура призвана обеспечить:

А. единство и целостность единого экономического пространства;

Б. правовое обеспечение хозяйственной деятельности;

В. верны ответы а) и б);

Г. правильного ответа нет.

2.4. В качестве основных функций инфраструктуры рынка выделяются:

А. организационное оформление рыночных отношений;

Б. повышение оперативности сделок, обеспечение эффективности обмена, минимизация трансакционных расходов;

В. последовательное соблюдение экономических интересов участников товарно-денежных отношений;

Г. все ответы верны.

2.5. Юридическое лицо, осуществляющее комплекс транспортно-экспедиционных услуг при перевозке грузов, а также логистических услуг участникам транспортной деятельности:

А. посредническая фирма;

Б. торговая палата;

В. транспортно-логистический центр;

Г. терминал.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Уникальные и общие черты строительного рынка как элемента современной инфраструктуры.

3.2. Роль информации как фактора развития строительного рынка.

3.3. Факторы, оказывающие влияние на формирование инфраструктуры строительного рынка.

Тема 3. Организация коммерческих процессов по купле-продаже, обмену и продвижению сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

1. Роль и место сельского хозяйства в народно-хозяйственном комплексе страны.

2. Понятие сельскохозяйственного рынка.

3. Субъекты сельскохозяйственного рынка.

4. Планирование и организация закупок сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

5. Стратегическое и оперативное планирование на заготовительных предприятиях: цель, сроки, ориентиры.

6. Организация сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

7. Роль оптовых продовольственных рынков в распределении сельхозпродукции и продовольствия.

8. Тенденции в сфере сбыта сельскохозяйственной продукции.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1.1. Какова роль и место сельского хозяйства в народно-хозяйственном комплексе страны?

1.2. Как происходило становление и развитие сельскохозяйственного рынка и рынка продовольствия России?

1.3. Раскройте понятие сельскохозяйственного рынка.

1.4. Дайте характеристику субъектов сельскохозяйственного рынка.

1.5. Дайте характеристику каждой группы составляющих рынка материально-технических ресурсов для сельского хозяйства: сельскохозяйственное машиностроение, производство химических удобрений и средств защиты растений, комбикормовая промышленность..

1.6. Как осуществляется планирование и организация закупок сельскохозяйственного сырья и продовольствия?

1.7. Каковы основные направления закупки сельскохозяйственного сырья и продовольствия?

1.8. Что представляет собой Федеральный Закон «О закупках, поставках сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для государственных нужд»?

1.9. Как осуществляется стратегическое и оперативное планирование на заготовительных предприятиях?

1.10. Как организуется сбыт сельскохозяйственного сырья и продовольствия?

1.11. Какие схемы движения закупленных продуктов и сырья являются основными?

1.12. Дайте характеристику каждому типу посредников, выполняющих функции сбыта сельскохозяйственных производителей.

1.13. Какова роль оптовых продовольственных рынков в распределении сельхозпродукции и продовольствия?

1.14. Какие тенденции в сфере сбыта сельскохозяйственной продукции являются основными?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

2.1. Если спрос сократится, а предложение возрастет, то:

- А. равновесное количество снизится;
- Б. равновесная цена уменьшится;
- В. верно а) и б);
- Г. все ответы неверны.

2.2. При прочих равных условиях рост предложения приведет:

- А. к росту равновесной цены и количества;
- Б. к снижению цены равновесия и равновесного объема;
- В. к росту цены и снижению количества;
- Г. к снижению цены и росту физического объема продаж.

2.3. Спрос на молочные продукты менее эластичен, чем спрос на кефир

- А. если нет конкуренции иностранных производителей;
- Б. никогда;
- В. очень редко;
- Г. чаще всего.

2.4. Зависимость объема покупаемого товара Q от дохода покупателя Y такова: $Q=3Y/(8Y+5)$. Какому виду товаров это соответствует:

- А. первой необходимости;
- Б. предметам роскоши;
- В. товарам Гиффена;
- Г. товарам низшего качества.

2.5. Если в отрасли много фирм, производящих стандартный продукт, можно ожидать, что спрос на продукцию любой фирмы является:

- А. высокоэластичным;
- Б. высоконеэластичным;
- В. единичной эластичности;
- Г. незначительной эластичности.

2.6. Новый владелец булочной, расположенной в микрорайоне, решил поднять цену черного хлеба, в то время как во всех остальных булочных этого района она осталась прежней. В результате этого:

- А. выручка булочной от продажи черного хлеба возросла;
- Б. поступления от продажи черного хлеба понизились;

- В. выручка от продажи черного хлеба не изменилась;
- Г. имеющейся информации недостаточно.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Соотношение структуры произведенной сельскохозяйственной продукции и структуры продукта внутреннего потребления домохозяйств и производственных фирм.

3.2. Роль и специфика планирования для сельскохозяйственного предприятия.

3.3. Прогноз развития сельскохозяйственного рынка Новосибирской области.

Тема 4. Концепция организации и управления коммерческой деятельностью в сфере товарного обращения

1. Экономическая природа товарного обращения.
2. Формы товарного обращения, их эволюция.
3. Причины обособления торгового капитала от промышленного.
4. Понятие и содержание коммерческой системы.
5. В системе товарного обращения.
6. Элементы коммерческой системы.
7. Организационно-экономическая и отраслевая структура товарного обращения.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. Роль оптовой торговли на рынке потребительских товаров и ее функции.
 - 1.2. Функции и структура управления оптовых торговых предприятий.
 - 1.3. Организация хозяйственных связей в оптовой торговле.
 - 1.4. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков оптовыми предприятиями.
 - 1.5. Организация коммерческой работы оптового предприятия по закупкам товаров.
 - 1.6. Этапы формирования товарно-ассортиментной политики оптового торгового предприятия.
 - 1.7. Управление товарными запасами на складах оптовых торговых предприятий.
 - 1.8. Сущность, роль и содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
 - 1.9. Планирование объема и структуры реализации товаров в оптовом торговом предприятии.
 - 1.10. Понятие и содержание процесса организации коммерции.
 - 1.11. Принципы организации коммерческой деятельности.

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки

студентами вопросов темы:

2.1. Особая форма выдачи заказов на поставку товаров, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих условий сделки для организаторов торгов:

- А. рынок;
- Б. тендер;
- В. биржи;
- Г. нет правильного ответа.

2.2. Кругооборот товаров и денег в экономике убедительно показывает, что решающую роль здесь выполняют

- А. рынки потребительских товаров;
- Б. рынки факторов производства;
- В. рынки денег и ценных бумаг;
- Г. взаимосвязанные сегменты рынка.

2.3. Риск – это:

А. событие с отрицательными последствиями, которые могут наступить в неопределенный момент и в неизвестных размерах;

Б. случайное единственное событие, которое наступает вопреки воле и сознанию человека;

В. возможная опасность потерь, ущерба, убытка, вытекающая из специфики тех или иных видов деятельности или явлений природы выплата по договору личного страхования в связи с его окончанием;

Г. все ответы верны.

2.4. Комплекс устройств, расположенных в конечном или промежуточном пункте транспортной сети и обеспечивающих взаимодействие различных видов транспорта при перевозке грузов, транспортировании багажа:

- А. общетоварный склад;
- Б. торговая палата;
- В. транспортно-логистический центр;
- Г. терминал.

2.5. Наука о планировании, организации, управлении и контроле движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя:

- А. экономика;
- Б. маркетинг;
- В. логистика;
- Г. менеджмент.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. . Важнейшие направления исследования и оценки состояния товарного рынка.

3.2. Сущность, понятия и элементы инфраструктуры товарного рынка.

3.3. Роль и место инфраструктуры в создании условий эффективного функционирования товарного рынка.

Тема 5. Организация продажи товаров на предприятиях розничной торговли

1. Факторы, влияющие на выбор метода продажи товаров.
2. Методы розничной продажи товаров и их результативность.
3. Средства стимулирования продажи в розничной торговле.
4. Характеристика неценовых и ценовых средств стимулирования продажи товаров и условия их использования.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. Какие основные факторы влияют на выбор метода продажи товаров?
 - 1.2. Как происходит обработка информации потребителем для принятия решения о покупке?
 - 1.3. Охарактеризуйте четыре основных шага процесса обработки информации для принятия потребительского решения.
 - 1.4. Дайте характеристику процесса восприятия информации потребителем.
 - 1.5. Какие методы розничной продажи товаров существуют?
 - 1.6. Как оценивается результативность методов розничной продажи товаров?
 - 1.7. Какие современные средства стимулирования продажи в розничной торговле используются наиболее активно и почему?
 - 1.8. Дайте характеристику неценовых средств стимулирования продажи товаров и условий их использования.
 - 1.9. Дайте характеристику ценовых средств стимулирования продажи товаров и условий их использования.
 - 1.10. Какие индивидуальные характеристики потребителя влияют на интерпретацию информации о товаре?
 - 1.11. Какую роль играет память потребителя в восприятии новой информации о товаре?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:

- 2.1. При взаимозаменяемости двух потребительских товаров рост цены на первый товар вызовет
 - А. рост спроса на второй товар;
 - Б. падение спроса на второй товар;
 - В. падение предложения второго товара;
 - Г. рост предложения второго товара.
- 2.2. Фактор макросреды, определяемый динамикой уровня доходов и расходов населения, покупательской способности и т.д. - это:
 - А. демографический фактор
 - Б. природный фактор
 - В. экономический фактор
 - Г. технологический фактор

- Д. политико-правовой фактор
 - Е. социально-культурный фактор
- 2.3. Задачей товарной политики предприятия является:
- А. управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
 - Б. поиск потребителей, желающих приобрести товар
 - В. производство как можно большего количества товаров
- 2.4. Товарная марка - это:
- А. средство идентификации товара
 - Б. совокупность свойств товара
 - В. результат рекламных усилий и успех товара
 - Г. броская, дорогая упаковка
- 2.5. Выделяют три основные группы потребительских товаров:
- А. товары повседневного спроса
 - Б. товары предварительного выбора
 - В. товары особого спроса
 - Г. товары неизменного спроса
 - Д. дефицитные товары
 - Е. товары повышенного спроса

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Дилерские и агентские фирмы на розничном товарном рынке.

3.2. Организация и проведение выставочно-ярмарочных мероприятий..

Тема 6. Организация и управление коммерческими процессами на производственном предприятии

1. Основные элементы организации коммерции на производственном предприятии.
2. Составляющие коммерческой деятельности на предприятии.
3. Принципы построения организационных структур коммерческой службы.
4. Место коммерческой службы в структуре предприятия, ее взаимосвязь с другими подразделениями.
5. Факторы, влияющие на построение организационной структуры коммерческой службы производственного предприятия и основные функции подразделений коммерческой службы.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. Какие факторы влияют на построение организационной структуры коммерческих служб на производственном предприятии?
 - 1.2. Каковы основные функции и структурное построение коммерческих служб производственного предприятия?
 - 1.3. В чем заключается сущность планирования материально-технического обеспечения производства в условиях рынка?

1.4. Как осуществляется определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов?

1.5. Как организуются хозяйственные связи и выбор потенциального поставщика сырья и материалов?

1.6. Каковы условия поставки материальных ресурсов?

1.7. Основные формы расчетов при закупке материальных ресурсов.

1.8. Дайте характеристику основных этапов коммерческой работы по сбыту готовой продукции на производственном предприятии.

1.9. Как осуществляется планирование ассортимента продукции на производственном предприятии?

1.10. Как осуществляется планирование сбыта продукции на производственном предприятии?

1.11. Как организуется оперативно-сбытовая работа на производственном предприятии?

1.12. Как осуществляется стимулирование сбыта готовой продукции на производственном предприятии?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:

2.1. Юридическое лицо по оказанию логистических и сопутствующих услуг:

А. логистический центр;

Б. логистическое бюро

В. логистико-информационный центр;

Г. логистический склад.

2.2. Разновидность комиссионера:

А. дилер;

Б. маклер;

В. консигнатор;

Г. клерк.

2.3. Назначаемая государством максимальная цена

А. выше, чем равновесная цена;

Б. служит для защиты потребителей;

В. приводит к избыточному производству;

Г. служит для защиты производителей.

2.4. Такие формы организации маркетинговой деятельности на предприятии как программные (проектные) и матричные структуры относятся к:

А. адаптивным организационным структурам

Б. функциональным организационным структурам

В. персональным организационным структурам

Г. профильным организационным структурам

2.5. Постоянными факторами производства для фирмы являются факторы:

А. не влияющие на спрос на данный товар,

Б. фиксированные при различном выпуске продукции,

В. с постоянной ценой,

Г. определяемые размерами фирмы.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Анализ организационных и финансово-экономических условий доставки и реализации продукции и конечных товаров на рынок и покупателям.

3.2. Основные методы сбыта: прямой и косвенный метод распределения товарных потоков.

3.3. Критерии выбора каналов распределения.

Тема 7. Организация коммерческой деятельности на рынке недвижимости

1. Понятие и особенности изучения рынка недвижимости.
2. Этапы изучения рынка недвижимости.
3. Сделки с недвижимостью, их виды и характеристика.
4. Организация деятельности брокерской фирмы (агентства недвижимости, риэлтерской фирмы).
5. Факторы, влияющие на эффективность деятельности брокерской фирмы.
6. Основные показатели эффективности деятельности брокерской фирмы.
7. Ипотечное кредитование как механизм разрешения противоречий, возникающих на рынке недвижимости.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. Понятие и признаки недвижимого имущества.
 - 1.2. Что представляет собой современный рынок недвижимости?
 - 1.3. В чем состоят особенности изучения рынка недвижимости?
 - 1.4. Раскройте и охарактеризуйте этапы изучения рынка недвижимости: мониторинг; количественная оценка происходящих на рынке недвижимости изменений; сегментация рынка; позиционирование.
 - 1.5. Охарактеризуйте различные виды сделок с недвижимостью.
 - 1.6. Как осуществляется организация деятельности брокерской фирмы (агентства недвижимости, риэлтерской фирмы)?
 - 1.7. Какие факторы влияют на эффективность деятельности брокерской фирмы?
 - 1.8. Какие показатели эффективности деятельности брокерской фирмы являются основными?
 - 1.9. Поясните, почему ипотечное кредитование является механизмом разрешения противоречий, возникающих на рынке недвижимости?
2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:
 - 2.1. Выберите основной критерий сегментирования рынка недвижимости:
 - А. выбор стратегии развития товара на каждом этапе его жизненного цикла
 - Б. учет интересов каждого потребителя

- В. создание единого товарного предложения всех потребителей
 - Г. обеспечение безубыточность производства
- 2.2. Позиционирование на рынке недвижимости - это:
- А. определение основных потребительских свойств товара
 - Б. определение потенциальных потребителей товара
 - В. анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара
- 2.3. Часть рынка недвижимости, ориентированная на определенную группу покупателей (или продукт), выбранная компанией для дальнейшей работы -
- А. целевой сегмент
 - Б. рыночная ниша
 - В. целевой рынок
 - Г. другое _____
- 2.4. Специалисты рынка недвижимости при сегментировании используют два основных приема:
- А. в зависимости от типа потребителя
 - Б. в зависимости от сферы деятельности предприятия
 - В. в зависимости от экономической ситуации в стране
- 2.5. Ценности проявляют свою значимость в процессе принятия потребителем решения о покупке жилья на стадии:
- А. осознания потребности
 - Б. поиска информации
 - В. предпокупочной оценки альтернатив
 - Г. покупки
 - Д. потребления
 - Е. послепокупочной оценки альтернатив
 - Ж. избавления
3. Подготовить доклады по темам:
- 3.1. Перспективы развития рынка недвижимости г. Новосибирска.
 - 3.2. Особенности позиционирования предприятий на рынке недвижимости.
 - 3.3. Основные характеристики рынка недвижимости.

Тема 8. Организация коммерции в деятельности страховых компаний.

1. Понятие и сущность страхования.
2. Общая характеристика страхового рынка.
3. Страховые компании как часть экономической системы.
4. Управление риском в страховании.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. В чем состоит экономическая природа страхования?
 - 1.2. Что включает в себя понятие «страхование»?
 - 1.3. Каковы особенности изучения страхового рынка?

- 1.4. Что представляет собой внутренняя система страхового рынка?
- 1.5. Что включает в себя внешнее окружение страхового рынка страхового рынка?
- 1.6. Почему страховые компании рассматриваются как часть экономической системы?
- 1.7. Как осуществляется организация страхового дела?
- 1.8. В чем состоит специфика управление риском в страховании?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:

2.1. К специализированным кредитно-финансовым институтам относят:

- А. сберегательные учреждения органы государственной власти;
- Б. страховые компании;
- В. пенсионные фонды;
- Г. лизинговые компании.

2.2. Страховое обеспечение – это:

- А. денежная сумма, адекватная страховому интересу и страховому риску;
- Б. действительная стоимость застрахованного имущества;
- В. выплата по договору личного страхования в связи с его окончанием;
- Г. все ответы верны.

2.3. В международной практике общепринятыми являются пять базисных принципов страхования. К ним относятся:

- А. наличие имущественного интереса;
- Б. наивысшая степень доверия сторон;
- В. наличие причинно-следственной связи между убытками и событиями, их вызвавшими;
- Г. все ответы верны.

2.4. Инициатором обязательного страхования является:

- А. страховщик;
- Б. государство;
- В. страхователь;
- Г. все ответы не верны.

2.5. Требования, предъявляемые к информации:

- А. надежность;
- Б. оперативность;
- В. достоверность;
- Г. все ответы верны.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Базисные принципы страхования.

3.2. Сущность риска в страховании.

3.3. Перспективы развития страхового дела в России.

Тема 9. Торговля промышленной и интеллектуальной собственностью

1. Объекты промышленной собственности: изобретения, ноу-хау, товарные знаки, патенты.
2. Виды лицензий.
3. Порядок заключения лицензионного соглашения.
4. Цены лицензий.
5. Виды лицензионных платежей.
6. Обязательства и ответственность лицензионного соглашения.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. Приведите общую характеристику объектов промышленной собственности.
 - 1.2. Что представляет собой изобретение как объект промышленной собственности?
 - 1.3. Что представляет собой ноу-хау как объект промышленной собственности?
 - 1.4. Что представляют собой товарные знаки как объект промышленной собственности?
 - 1.5. Что представляют собой патенты как объект промышленной собственности?
 - 1.6. Охарактеризуйте известные вам виды лицензий.
 - 1.7. Каков порядок заключения лицензионного соглашения?
 - 1.8. Каков порядок формирования цены лицензии?
 - 1.9. Какие виды лицензионных платежей используются на современном рынке?
 - 1.10. Каков порядок заключения лицензионного соглашения?
2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:
 - 2.1. К какому виду целей можно отнести цель, достигаемую реорганизацией службы маркетинга:
 - А. рыночные;
 - Б. маркетинговые;
 - В. контроля;
 - Г. структурно-управленческие.
 - 2.2. Назовите правильную последовательность формирования сегмента рынка:
 - А. анализируются требования покупателей относительно товара фирмы;
 - Б. изучается производство данного товара и возможность изменения технологии;
 - В. формируется группа покупателей со сходными требованиями к определенному товару;
 - Г. оценивается конкурентоспособность товара;
 - Д. разрабатывается маркетинговая программа сегмента рынка;

- Е. определяется экономическая выгода создания сегмента рынка.
- 2.3. В случае выхода на рынок с новым товаром фирма предлагает его по:
- А. по относительно низким ценам ;
 - Б. по высоким ценам;
 - В. по средним ценам.
- 2.4. Наиболее важными особенностями современного маркетинга являются:
- А. «агрессивный» сбыт, поддерживаемый агрессивной рекламой и т.д.;
 - Б. системный комплексный подход к решению задач фирмы; производство основано на инновационной деятельности; ориентация на долгосрочный коммерческий успех и т.д.;
 - В. тесная связь производителя с потребителем; систематический подбор информации по конъюнктуре рынков; осуществление политики низких цен с целью расширения сбыта.
- 2.5. Изучение деятельности конкурентов осуществляется для того, чтобы:
- А. следовать за преуспевающими конкурентами: производить такие же товары, использовать такую же стратегию и т.д.;
 - Б. избежать конкуренции путем производства товаров, отличных от товаров конкурента, и разработки собственной стратегии;
 - В. ориентироваться в вопросах цен на товары.
3. Подготовить доклады по темам:
- 3.1. Порядок регистрации товарного знака.
 - 3.2. Экономические аспекты авторского права.
 - 3.3. Значение интеллектуальной собственности (ИС) на пути вступления России в ВТО.

Тема 10. Организация коммерческой деятельности на рынке лизинговых услуг.

1. Сущность лизинга, его основные формы. Объекты и субъекты лизинга. Лизинговые компании в России.
2. Классификация видов лизинга. Особенности возвратного и компенсационного лизинга. Основные этапы реализации многосторонней лизинговой бизнес операции.
3. Специфика лизингового взаимодействия. Порядок заключения и исполнения договора лизинга.
4. Экономические основы лизинговых сделок. Механизм расчета лизингового платежа.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
 - 1.1. В чем состоит коммерческая сущность лизинга?
 - 1.2. Опишите основные объекты и субъектов лизинга.
 - 1.3. Раскройте основные этапы реализации многосторонней лизинговой бизнес операции.
 - 1.4. Каковы основные формы лизинга?

- 1.5. Каковы критерии классификации видов лизинга?
- 1.6. В чем состоит специфика лизингового взаимодействия?
- 1.7. Каков порядок заключения и исполнения договора лизинга?
- 1.8. В чем состоят экономические основы лизинговых сделок?
- 1.9. Каков механизм расчета лизингового платежа?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:

2.1. Лизинговая сделка - это:

А. совокупность договоров, необходимых для реализации договора лизинга между лизингодателем, лизингополучателем и продавцом (поставщиком) предмета лизинга.

Б. наем одним лицом у другого лица имущества, земли, домов и т.д. во временное пользование на определенный срок и за определенную плату.

В. когда арендодатель (займодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование.

2.2. Какие отношения нельзя считать лизинговыми?

А. Если лизингодатель берет актив в трастовое (доверительное) управление

Б. Если лизингодатель передает в лизинг арендованные им активы

В. Если передаваемое в лизинг имущество является собственностью лизингодателя

2.3. Лизинговая сделка предусматривает участие:

А. 2х сторон: лизингополучателя и лизинговой компании

Б. 3х сторон: лизингополучателя, лизинговой компании и страховой компании

В. 4х сторон: лизингополучателя, лизинговой компании, поставщика и страховой компании.

2.4. Предметом лизинга не могут быть:

А. имущество, которое федеральными законами запрещено для свободного обращения или для которого установлен особый порядок обращения

Б. транспортные средства и другое движимое и недвижимое имущество

В. любые непотребляемые вещи, в том числе предприятия и другие имущественные комплексы

2.5. Лизингополучатель - это:

А. физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором купли-продажи с лизингодателем продает ему в обусловленный срок имущество, являющееся предметом лизинга.

Б. физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок, на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга.

В. физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество

2.6. Когда дополнительные расходы по обслуживанию арендуемого имущества берет на себя арендатор - это:

- А. чистый лизинг
- Б. прямой лизинг
- В. косвенный лизинг

2.7. Какая форма расчетов по лизингу не используется?

- А. банковский перевод
- Б. аккредитив
- В. расчеты по открытому счету

2.8. Раздельный лизинг-это лизинг:

- А. лизинг с привлечением заемных средств от инвестора, предполагающий участие нескольких компаний, предоставляющих финансирование
- Б. лизинг, когда передача имущества в лизинг происходит через посредника
- В. лизинг, при котором собственник имущества (поставщик) самостоятельно сдает объект в лизинг

2.9. Ситуация, при которой в течение срока действия одного лизингового договора происходит частичная амортизация имущества и окупается только часть её - это:

- А. лизинг с полной окупаемостью
- Б. лизинг с неполной окупаемостью
- В. возвратный лизинг

2.10. Генеральный лизинг:

- А. позволяет лизингополучателю дополнить список арендуемого оборудования на основе лизинговой линии без заключения новых контрактов.
- Б. предполагает заранее согласованное разделение функций по техническому обслуживанию имущества между сторонами договора.
- В. предполагает обязательное техническое обслуживание оборудования, его ремонт, страхование и другие операции, которые лежат на лизингодателе.

3. Подготовить доклады по темам:

- 3.1. История возникновения лизинга.
- 3.2. Основные определения и термины современного лизинга.
- 3.3. Лизинг для физических лиц.

Тема 11. Коммерческие механизмы франчайзинга.

- 1. Понятие франчайзинга и его роль в развитии коммерческой деятельности. Механизм франчайзинга.
- 2. Договор коммерческой концессии. Права и обязанности сторон.

3. Преимущества, получаемые сторонами в процессе реализации механизма франчайзинга.

4. Основные виды франчайзинга: торговый, промышленный, сервисный, франчайзинг бизнес-формата: их характеристика.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1.1. Объясните основные понятия франчайзинга.

1.2. Какова роль франчайзинга в развитии коммерческой деятельности?

1.3. Что такое договор коммерческой концессии?

1.4. В чем отличия франчайзинга от других форм предпринимательства?

1.5. Каковы преимущества франчайзинга перед другими формами предпринимательства?

1.6. В чем состоят недостатки франчайзинга?

1.7. Каковы особенности договора франчайзинга?

1.8. Каковы основные виды современного франчайзинга?

1.9. Дайте развернутую характеристику основным видам франчайзинга.

1.10. Что такое франчайзинг бизнес-формата?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы:

2.1. Дописать предложение:

Франчайзинг – система _____ или _____ лицензий на технологию и товарный знак, и получение от этого определенного _____.

2.2. Как называется:

А. мелкая фирма _____;

Б. крупная фирма _____;

В. договор _____

2.3. Термин «маржинальные величины» означает:

А. дополнительные величины (издержки, доход), возникающие при производстве еще одной, дополнительной единицы продукции;

Б. переменные величины в частности переменные издержки производства;

В. средние величины.

2.4. Существует ряд систем управления конкурентоспособностью, которые внедряются с целью:

А. достижения оптимального соотношения между качеством изделия и его издержкам, а также повышения экономичности и оперативности послепродажного обслуживания;

Б. улучшения качества продукции;

В. достижения минимально возможных издержек производства.

2.5. Виды франчайзинга:

А. товарный;

Б. производственный;

В. коммерческий;
Г. деловой.

3. Подготовить доклады по темам:

3.1. Терминологическая база франчайзинга.

3.2. Сущность франчайзинга как специфической формы ведения бизнеса..

3.3. Правовое регулирование франчайзинга.

1.3. Список библиографических источников для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

1.3.1. Библиографические источники для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

1.3.1.1. Учебные издания

1. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. – СПб.: Изд-во В.А.Михайлова. 2004.

2. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: Учебн. пособие. – Минск: Высшая школа, 2005.

3. Дубровин И.А. Организация производства на предприятии торговли: учеб.пособие для вузов по специальностям «Коммерция (Торговое дело)», «Маркетинг» / И.А. Дубровин. – 2-е изд., перераб.и доп. – М.: КноРус, 2007. – 303 с.

4. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под ред. О.А.Новикова, В.В.Щербакова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004.

5. Максимов С.Н. Основы предпринимательской деятельности на рынке недвижимости. – СПб.: Питер, 2006.

6. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум задачи, кейсы, тесты: учеб.пособие для высш.учеб.заведений по специальностям 080111 (061500) «Маркетинг» и 080301 (351300) «Коммерция (Торговое дело)» / Т.В. Муртузалиева, Р.К. Цахаев. – М.: Экзамен, 2008. – 287с.

7. Невешкина Е.В. Управление финансово-товарными потоками на предприятиях торговли: практ.пособие / Е.В. Невешкина. – М.: [Дашков и К], 2007.

8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи: Юнити, 2006.

9. Панкратов Ф.Р. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. – М.: Маркетинг, 2008.

10. Синяева И. М. Управление маркетингом : учеб. пособие / И. М. Синяева. – М.: Вузовский учебник, 2004.

11. Экономика торгового предприятия (торговое дело): учебник для вузов по экон. специальностям / [Л.А. Брагин и др.; под ред. Л.А.Брагина]; Рос.экон.акад.им. Г.В. Плеханова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 313 с.

1.3.1.1. Периодические издания:

1. Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др. <http://www.4p.ru>
2. Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу, <http://www.e-executive.ru>
3. Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу и др. <http://www.marketing.spb.ru>
4. Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов, <http://marketing.rbc.ru>
5. Сайт, посвященный рекламе, маркетингу и PR, статьи, информацию о конференциях <http://www.advertology.ru>.

РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАПЛАНИРОВАННОГО ВИДА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Согласно Рабочим учебным планам подготовки студентов очной формы обучения по направлению 100700.62 Торговое дело без профиля, а также по направлению 100100.62 Сервис, профиль «Сервис в торговле» предусмотрено выполнение эссе как запланированного вида самостоятельной работы.

Цель выполнения эссе по учебной дисциплине «Инфраструктура рынка» на заданную тему – выработка и развитие навыков творческого мышления в области экономики и финансов.

2.1. Задания для выполнения эссе

Студентами должны быть выполнены эссе по двум заданным темам:

1. Эволюция подходов к поведению потребителей в процессе смены маркетинговых концепций.
2. Особенности маркетинговых исследований потребительского поведения на различных товарных рынках.

2.2. Общие требования к выполнению эссе

Вариативность в выборе тем эссе в рамках учебной дисциплины «Поведение потребителей» предусматривает самостоятельность студента в определении интересующей его проблемы.

При выполнении эссе следует руководствоваться библиографическим списком Рабочей программы учебной дисциплины. Также необходимо умение работать с библиотечным фондом университета. Для целей анализа могут быть использованы материалы СМИ.

Эссе выполняется в течение семестра. Срок представления работы на кафедру – за месяц до завершения учебного процесса в рамках

соответствующего семестра учебного года. Срок проверки эссе преподавателем - 10 календарных дней с момента предоставления студентом данного вида работы на кафедру.

2.3. Требования к структуре, объему и содержанию эссе

Рекомендуемая структура эссе должна состоять из следующих самостоятельных, но взаимосвязанных элементов:

– Введение. Здесь должна быть отражена актуальность раскрываемой в работе проблемы, сформулирована цель предстоящего исследования, средства и способы ее достижения.

– Основная часть. Содержит текстовое описание результатов проведенного исследования. Ее содержание должно максимально емко отражать существо поставленной проблемы, степень ее проработанности учеными, специалистами и аналитиками. Кратко и логично следует подвести изложение к обозначению собственного взгляда на проблему и определению авторской позиции. Требуется представление объективных фактов и обоснованных положений, подтверждающих правомочность существования авторского подхода к решению рассматриваемой проблемы.

– Заключение. Это обоснованный итог полученным в ходе исследования результатам и сделанным выводам.

Объем эссе не должен превышать пяти страниц.

Содержание данного вида самостоятельной работы студентов должно быть информативным, емким и в тоже время лаконичным, понятным и логично выстроенным. Информация, используемая для анализа и обоснования выводов должна быть объективной и релевантной. Не допустимо отклонение от заданной темы.

2.4. Критерии оценки эссе

Эссе может быть оценено положительно если:

- содержание соответствует заданной теме;
- текст лаконичен по форме, но емко по содержанию;
- четко прослеживается индивидуальная авторская позиция;
- тезисы, положения и сделанные выводы объективны и обоснованы;
- не вызывает сомнений самостоятельность выполнения работы;
- соблюдены все формальные требования.

2.5. Требования к форме представления эссе

При необходимости на каждом из этапов выполнения эссе студентом может быть получена индивидуальная консультация у преподавателя в целях устранения потенциально возможных ошибок и несоответствий. По факту представления работы на кафедру, эссе считается завершенным видом самостоятельной работы студента.

Представление эссе на кафедру обязательно должно быть в виде распечатанного машинописного текста, оформленного в соответствии с установленными требованиями (см. Приложение 1).

2.6. Общие требования к выполнению реферата.

Реферат – самостоятельная письменная аналитическая работа, выполняемая на основе преобразования документальной информации, раскрывающая суть изучаемой темы; представляет собой краткое изложение содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы по изучаемой дисциплине. Реферат отражает различные точки зрения на исследуемый вопрос, в том числе точку зрения самого автора.

Тематика рефератов

1. Роль и место инфраструктуры в создании условий эффективного функционирования рынка.
2. Система и признаки классификации рыночной инфраструктуры.
3. Формы и методы регулирования процессов формирования инфраструктуры
4. Уникальные и общие черты строительного рынка как элемента современной инфраструктуры.
5. Роль информации как фактора развития строительного рынка.
6. Факторы, оказывающие влияние на формирование инфраструктуры строительного рынка.
7. Соотношение структуры произведенной сельскохозяйственной продукции и структуры продукта внутреннего потребления домохозяйств и производственных фирм.
8. Роль и специфика планирования для сельскохозяйственного предприятия.
9. Прогноз развития сельскохозяйственного рынка Новосибирской области.
10. Важнейшие направления исследования и оценки состояния товарного рынка.
11. Сущность, понятия и элементы инфраструктуры товарного рынка.
12. Роль и место инфраструктуры в создании условий эффективного функционирования товарного рынка.
13. Дилерские и агентские фирмы на розничном товарном рынке.
14. Организация и проведение выставочно-ярмарочных мероприятий.
15. Анализ организационных и финансово-экономических условий доставки и реализации продукции и конечных товаров на рынок и покупателям.
16. Основные методы сбыта: прямой и косвенный метод распределения товарных потоков.
17. Критерии выбора каналов распределения.
18. Перспективы развития рынка недвижимости г. Новосибирска.
19. Особенности позиционирования предприятий на рынке

недвижимости.

20. Основные характеристики рынка недвижимости.
21. Базисные принципы страхования.
22. Сущность риска в страховании.
23. Перспективы развития страхового дела в России.
24. Порядок регистрации товарного знака.
25. Экономические аспекты авторского права.
26. Значение интеллектуальной собственности (ИС) на пути вступления России в ВТО.
27. История возникновения лизинга.
28. Основные определения и термины современного лизинга.
29. Лизинг для физических лиц.
30. Терминологическая база франчайзинга.
31. Сущность франчайзинга как специфической формы ведения бизнеса..
32. Правовое регулирование франчайзинга.

Выбор темы реферата студенты осуществляют самостоятельно. Тема реферата может быть закреплена не более чем за тремя студентами. При выполнении реферата следует руководствоваться библиографическим списком Рабочей программы учебной дисциплины. Также необходимо умение работать с библиотечным фондом университета.

Реферат выполняется в течение семестра. Срок представления работы на кафедру – за месяц до завершения учебного процесса в рамках соответствующего семестра учебного года. Срок проверки реферата преподавателем - 10 календарных дней с момента предоставления студентом данного вида работы на кафедру.

Рекомендуемая структура реферата должна состоять из следующих самостоятельных, но взаимосвязанных элементов:

– Введение. Здесь должна быть отражена актуальность раскрываемой в работе проблемы, сформулирована цель предстоящего исследования, средства и способы ее достижения.

– Основная часть. Содержит текстовое описание результатов проведенного исследования. Ее содержание должно максимально емко отражать существо поставленной проблемы, степень ее проработанности учеными, специалистами и аналитиками. Кратко и логично следует подвести изложение к обозначению собственного взгляда на проблему и определению авторской позиции. Требуется представление объективных фактов и обоснованных положений, подтверждающих правомочность существования авторского подхода к решению рассматриваемой проблемы.

– Заключение. Это обоснованный итог полученным в ходе исследования результатам и сделанным выводам.

Объем реферата не должен превышать 15 страниц.

Содержание данного вида самостоятельной работы студентов должно быть информативным, емким и в тоже время лаконичным, понятным и логично

выстроенным. Информация, используемая для анализа и обоснования выводов должна быть объективной и релевантной. Не допустимо отклонение от заданной темы.

Реферат может быть оценено положительно если:

- содержание соответствует заданной теме;
- текст лаконичен по форме, но емок по содержанию;
- четко прослеживается индивидуальная авторская позиция;
- тезисы, положения и сделанные выводы объективны и обоснованы;
- не вызывает сомнений самостоятельность выполнения работы;
- соблюдены все формальные требования.

При необходимости на каждом из этапов выполнения реферата магистрантом может быть получена индивидуальная консультация у преподавателя в целях устранения потенциально возможных ошибок и несоответствий. По факту представления работы на кафедру, реферат считается завершенным видом самостоятельной работы студента.

Представление реферата на кафедру обязательно должно быть в виде распечатанного машинописного текста, оформленного в соответствии с установленными требованиями (см. Приложение 1).

РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Видом промежуточной аттестации студентов, обучающихся по направлению 100700.62 Торговое дело без профиля, а также по направлению 100100.62 Сервис, профиль «Сервис в торговле» является экзамен.

3.1. Список вопросов для подготовки к экзамену

1. Инфраструктура рынка: понятие, сущность.
2. Основные элементы инфраструктуры рынка.
3. Основные задачи и функции инфраструктуры рынка.
4. Основные составляющие коммерческой деятельности в строительстве: МТО строительства и реализация строительной продукции.
5. Строительный рынок как система. Субъекты строительного рынка.
6. Роль и место сельского хозяйства в народно-хозяйственном комплексе страны.
7. Понятие сельскохозяйственного рынка. Субъекты сельскохозяйственного рынка.
8. Роль оптовых продовольственных рынков в распределении сельхозпродукции и продовольствия.
9. Экономическая природа товарного обращения.
10. Формы товарного обращения, их эволюция.
11. Организационно-экономическая и отраслевая структура товарного обращения.
12. Основные элементы организации коммерции на производственном предприятии.

13. Факторы, влияющие на построение организационной структуры коммерческой службы производственного предприятия
14. Основные функции подразделений коммерческой службы на промышленном предприятии.
15. Понятие и особенности изучения рынка недвижимости.
16. Сделки с недвижимостью, их виды и характеристика.
17. Организация деятельности брокерской фирмы (агентства недвижимости, риэлтерской фирмы).
18. Ипотечное кредитование как механизм разрешения противоречий, возникающих на рынке недвижимости.
19. Страховые компании как часть экономической системы.
20. Объекты промышленной собственности: изобретения, ноу-хау, товарные знаки, патенты.
21. Виды лицензий.
22. Порядок заключения лицензионного соглашения.
23. Сущность лизинга, его основные формы.
24. Классификация видов лизинга.
25. Специфика лизингового взаимодействия.
26. Порядок заключения и исполнения договора лизинга.
27. Экономические основы лизинговых сделок.
28. Понятие франчайзинга и его роль в развитии коммерческой деятельности.
29. Механизм франчайзинга.
30. Договор коммерческой концессии. Права и обязанности сторон.
31. Преимущества, получаемые сторонами в процессе реализации механизма франчайзинга.
32. Основные виды франчайзинга: торговый, промышленный, сервисный, франчайзинг бизнес-формата.

3.2. Общие положения проведения экзаменов

Экзамены проводятся в устной форме. Предварительно студент получает билет и готовит ответ по содержанию входящих в его структуру двух теоретических вопросов.

При подготовке ответов студентом должны быть систематизированы знания, полученные в ходе самостоятельного изучения отдельных разделов и тем, на практических (семинарских) занятиях, в процессе работы с литературой.

В содержании ответа на вопросы билета следует придерживаться понятийного аппарата, определенного Рабочей программой учебной дисциплины и содержанием лекционного материала.

Ответ должен быть развернутым, но при этом лаконичным, логично выстроенным. Приветствуется обращение внимание на практические ситуации, приведение примеров. Ответ оценивается дифференцированно, в зависимости от уровня представленных студентом знаний, степени его компетентности в предметной области учебной дисциплины «Инфраструктура рынка»

*Требования к оформлению различных видов
самостоятельной работы студентов*

Самостоятельная работа студентов выполняется с применением компьютерных печатающих устройств при использовании текстового редактора Microsoft Office Word. Иллюстративный материал (графики, диаграммы и т. п.) выполняется в Excel.

Работа выполняется на белой бумаге на одной стороне листа А4 (210×297 мм) через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman, 14 пт., форматирование текста по ширине, заголовков — по центру; страница должна иметь поля: левое – 2,5 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см. Абзацный отступ – 1,25 см.

Титульный лист (доклада, письменной самостоятельной работы или эссе) выполняется по установленной форме:

Министерство образования и науки Российской Федерации
Новосибирский государственный университет экономики и управления –
«НИНХ»
Кафедра Сервиса и организации коммерческой деятельности

Учебная дисциплина: Инфраструктура рынка

ВИД СРС¹

на тему: «.....»

Выполнил:
Студент (ФИО)
Номер группы:

Проверил: ФИО преподавателя

Дата регистрации на кафедре: « ___ » _____ 20 г.

(Год) 20__

¹ ВИД СРС – видами самостоятельной работы студентов в рамках изучений дисциплины «Поведение потребителей», могут быть такие, как: доклад, эссе