«Коммерческая деятель­ность в производственной сфере и сфере услуг»

1. Организация хозяйственных связей по поставкам продукции.
2. Основные показатели, характеризующие состояние посреднического рынка.
3. Принципы стратегического планирования торгово-посреднической фирмы.
4. Закономерности формирования организационных структур управления коммерческой деятельностью.
5. Оперативный бизнес-план – важнейший документ внутрифирменного планирования.
6. Анализ конъюнктуры рынка и потребителей.
7. Основные этапы стратегического планирования коммерческо-посреднической деятельности
8. Этапы проведения коммерческой сделки в совместных предприятиях.
9. Функции службы маркетинга промышленного предприятия.
10. Органы внешнеэкономических связей, их функции.
11. Основные показатели, характеризующие состояние посреднического рынка.
12. Функции службы маркетинга промышленного предприятия.
13. Выбор стратегических зон деятельности оптово посреднического звена.
14. Роль оптово-посреднических структур в государственном регулировании.
15. Коммерческая деятельность на совместных предприятиях производственного профиля.
16. Этапы проведения коммерческой сделки в совместных предприятиях.
17. Транснациональная корпорация: цели, принципы и основные направления
18. Характеристика основных видов торгово-посреднических фирм.
19. Коммерческая деятельность на совместных предприятиях производственного профиля.
20. Организация оперативно-сбытовой работы предприятий.
21. Показатели оценки рейтинга оптово посреднической фирмы.
22. Основные виды товарообменных сделок.
23. Классификационные признаки оптово-посреднических структур.
24. Основные виды торговых сделок по купле-продаже.
25. Международная торговля лицензиями