

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРИДНЕСТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Т.Г. ШЕВЧЕНКО

Бендерский политехнический филиал
Кафедра «Строительная инженерия и экономика»

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«19» 09 2021 г., протокол № 2

И.о.заведующая кафедрой

Н.В. Дмитриева

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

Коммерческая деятельность предприятия (организации)

(код и наименование направления подготовки)

5.38.03.01 «Экономика»

(код и наименование направления подготовки)

Экономика предприятий и организаций (строительство)

(наименование профиля подготовки)

бакалавр

Квалификация (степень) выпускника

Форма обучения

Заочная 3.6 лет, 5 лет

год набора - 2018 г.

Разработал:

Преподаватель

О. В. Ботнарюк

Бендеры, 2021

Паспорт фонда оценочных средств по учебной дисциплине
Коммерческая деятельность предприятия (организации)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

В результате освоения содержания дисциплины студент должен :

знать:

- сущность и содержание коммерческой деятельности;
- терминологию торгового дела;
- формы и функции торговли;
- объекты и субъекты современной торговли;
- характеристики оптовой и розничной торговли;
- классификацию торговых организаций;
- идентификационные признаки и характеристика торговых организаций различных типов и видов;
- устройство и основы технологических планировок магазинов;
- технологические процессы в магазинах; виды услуг розничной торговли и требования к ним;
- составные элементы процесса торгового обслуживания покупателей; номенклатуру показателей качества услуг и методы их определения;
- материально-техническую базу коммерческой деятельности;
- структуру и функции складского хозяйства оптовой и розничной торговли;
- назначение и классификацию товарных складов;
- технологию складского товародвижения; приемку товаров по количеству и качеству.

уметь:

- определять виды и типы торговых организаций;
- устанавливать соответствие вида и типа розничной торговой организации ассортименту реализуемых товаров, торговой площади, формам торгового обслуживания;
- принимать товары по количеству и качеству.

владеть:

- знаниями структуру торгово-технологического процесса;
- принципами размещения розничных торговых организаций.

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел №1 Методологические основы коммерческой деятельности в торговых организациях	ОК-3 ПК-1 ПК-2	Семинар, реферат
2	Раздел №2 Оптовая торговля	ОК-3 ПК-1 ПК-2	Семинар, реферат.
3	Раздел № 3 Розничная торговля	ОК-3 ПК-1 ПК-2	Семинар, реферат, тест.
Промежуточная аттестация		ОК-3 ПК-1 ПК-2	Вопросы к зачету

1. Темы семинара:

1. Методологические основы коммерческой деятельности в торговых организациях

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Минимальное количество баллов - 5

Максимальное количество баллов – 10

Критерии оценки:

«Отлично»- ответы на вопросы раскрыты полностью, в представленных ответах обоснованы полученные правильные ответы, 10 баллов.

«Хорошо» - ответы даны полностью, но нет достаточного обоснования или при верном ответе допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, 6,5 балла.

«Удовлетворительно» - ответы даны частично, 5 балла.

«Неудовлетворительно» - ответы неверны или отсутствуют, менее 5 балла.

2. Оптовая торговля

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Минимальное количество баллов - 5

Максимальное количество баллов – 10

Критерии оценки:

«Отлично»- ответы на вопросы раскрыты полностью, в представленных ответах обоснованы полученные правильные ответы, 10 баллов.

«Хорошо» - ответы даны полностью, но нет достаточного обоснования или при верном ответе допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, 6,5 балла.

«Удовлетворительно» - ответы даны частично, 5 балла.

«Неудовлетворительно» - ответы неверны или отсутствуют, менее 5 балла.

3. Розничная торговля

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Минимальное количество баллов - 5

Максимальное количество баллов – 10

Критерии оценки:

«Отлично»- ответы на вопросы раскрыты полностью, в представленных ответах обоснованы полученные правильные ответы, 10 баллов.

«Хорошо» - ответы даны полностью, но нет достаточного обоснования или при верном ответе допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, 6,5 балла.

«Удовлетворительно» - ответы даны частично, 5 балла.

«Неудовлетворительно» - ответы неверны или отсутствуют, менее 5 балла.

2. Темы рефератов.

Тема 1. Коммерческая деятельность: назначение, сфера применения, сущность содержания.

Тема 2. Составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты.

Тема 3. Объекты коммерческой деятельности: товары, услуги.

Тема 4. Субъекты коммерческой деятельности, их значение

Тема 5. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.

Тема 6. Специфика функционирования предприятий малого и среднего бизнеса, их признаки.

Тема 7. Коммерческие службы организации: их цели, задачи, структура, взаимодействие с другими структурными подразделениями.

Тема 8. Квалификационные характеристики работников коммерческих служб.

Тема 9. Положение об отделе снабжения в коммерческой организации.

Тема 10. Предоставление дополнительных коммерческих услуг.

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Минимальное количество баллов - 10

Максимальное количество баллов – 15

Критерии оценки:

«Отлично» ставится, если учащийся выполнил работу в полном объеме, самостоятельно, сделал выводы, правильно и аккуратно, 15 баллов.

«Хорошо» ставится, если выполнены требования к оценке «5», но были допущены два-три недочета, не более одной негрубой ошибки и одного недочета, 12 баллов.

«Удовлетворительно» ставится, если работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильный результат и вывод, 10 баллов.

«Неудовлетворительно» ставится, если работа выполнена не полностью, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов, менее 10 баллов.

3. Темы для самостоятельной работы.

1. Психология и этика коммерческой деятельности. Рынок – основа коммерческой деятельности. Маркетинг коммерции.
2. Электронные закупки. Организация расчетов в коммерческой деятельности. Факторинговые операции.
3. Франчайзинг. Интернет-торговля. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий.

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Минимальное количество баллов - 10

Максимальное количество баллов – 15

Критерии оценки:

«Отлично» ставится, если учащийся выполнил работу в полном объеме, самостоятельно, сделал выводы, правильно и аккуратно, 15 баллов.

«Хорошо» ставится, если выполнены требования к оценке «5», но были допущены два-три недочета, не более одной негрубой ошибки и одного недочета, 12 баллов.

«Удовлетворительно» ставится, если работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильный результат и вывод, 10 баллов.

«Неудовлетворительно» ставится, если работа выполнена не полностью, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов, менее 10 баллов.

4. Тестовый контроль

Вопрос 1. Под «коммерцией» понимают:

- a. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
- b. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- c. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;
- d. деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

Вопрос 2. Целью коммерческой стратегии является:

- a. определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;
- b. определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;
- c. разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- d. определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности

предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

Вопрос 3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

- a. с куплей товаров и/или услуг;
- b. с продажей товаров и/или услуг;
- c. с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
- d. с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
- e. с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.

Вопрос 4. Что является объектом коммерческой деятельности?

- a. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- b. услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- c. реклама; представительские услуги;
- d. аудит; консалтинг;
- e. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

Вопрос 5. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

- a. реальное воплощение товара;
- b. замысел товара;
- c. дополнение к товару;
- d. доставка товара;
- e. использование товара.

Вопрос 6. К коммерческим организациям не относятся:

- a. хозяйственные товарищества и общества;
- b. производственные кооперативы;
- c. потребительские кооперативы;
- d. государственные унитарные предприятия

Вопрос 7. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- a. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- b. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;
- c. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- d. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

Вопрос 8. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- a. отдел координации закупок и продаж;
- b. отдел транспорта и таможенных операций;
- c. отдел маркетинга и цен;
- d. отдел рекламы;
- e. отдел работы с посредниками;
- f. все вышеперечисленные варианты верны

Вопрос 9. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

- a. изучение рынков;
- b. изучение рынков поставщиков и потребителей;
- c. разработка контрактов с определением цен

Вопрос 10. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

- a. в организации торгового обслуживания покупателей;
- b. в организации товаров;
- c. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;
- d. в формировании ассортимента товаров.

Вопрос 11. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

- a. то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;
- b. то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- c. то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- d. то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- e. то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

Вопрос 12. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- a. розничная продажа;
- b. оптовая продажа;
- c. стимулирование сбыта;
- d. сезонные скидки

Вопрос 13. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- a. коммерческим организациям;
- b. некоммерческим организациям;

Вопрос 14. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, не относят:

- a. скидки с цены;
- b. премии;
- c. распространение купонов;
- d. бесплатные образцы товаров
- e. нет правильного ответа

Вопрос 15. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе

- a. маркетинга;
- b. сбыта;
- c. услуг;
- d. кадров

Вопрос 16. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- a. цена и качество;
- b. скидки и доступность информации;
- c. принадлежность к одной отрасли

Вопрос 17. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- a. контакты с поставщиками;
- b. технические справочники;
- c. опрос экспертов

Вопрос 18. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- a. производитель – потребитель;
- b. производитель – посредник – потребитель;
- c. производитель – оптовый торговец – розница – потребитель

Вопрос 19. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- a. разработка каталогов и прейскурантов;
- b. доставка товара к месту продажи;
- c. распаковка и расконсервация;
- d. подготовка товара к продаже;

Вопрос 20. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- а. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- б. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;
- с. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- д. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

Вопрос 21. Торговый ассортимент представляет собой:

- а. совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- б. совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- с. совокупность товаров, находящихся на рынке;
- д. совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

Вопрос 22. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- а. ассортимент товаров; величина предприятия;
- б. способ продаж; объем услуг;
- с. расположение; организационно правовая форма;
- д. ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;
- е. величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

Вопрос 23. Что такое «широта» ассортимента?

- а. количество товарных единиц в товарной группе;
- б. бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- с. соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- д. количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

Вопрос 24. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- а. внутриотраслевые;
- б. межотраслевые;
- с. прямые;
- д. опосредованные;
- е. длительные

Вопрос 25. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- а. поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- б. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- с. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;
- д. согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

Вопрос 26. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- а. игры;
- б. премии лучшим торговым работникам;
- с. проведение конференций продавцов;
- д. моральные поощрения

Вопрос 27. Какой вид сервиса не существует?

- а. предпродажный;

- b. послепродажный;
- c. внутрипродажный;
- d. все вышеперечисленные варианты верны

Вопрос 28. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

- a. материально-техническое обеспечение;
- b. производственные;
- c. финансовые;
- d. информационные;
- e. материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

Вопрос 29. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

- a. личный отбор товара на складе;
- b. по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
- c. через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- d. с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;
- e. личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

Вопрос 30. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- a. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);
- b. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- c. личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- d. наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- e. деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Минимальное количество баллов - 5

Максимальное количество баллов – 10

Критерии оценки:

«Отлично»- ответы на вопросы раскрыты полностью, в представленных ответах обоснованы полученные правильные ответы, 10 баллов.

«Хорошо» - ответы даны полностью, но нет достаточного обоснования или при верном ответе допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, 8 балла.

«Удовлетворительно» - ответы даны частично, 5 балла.

«Неудовлетворительно» - ответы неверны или отсутствуют, менее 5 балла.

5. Вопросы к зачету

1. Коммерческая деятельность: назначение, сфера применения, сущность содержания.
2. Составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты.
3. Объекты коммерческой деятельности: товары, услуги.
4. Субъекты коммерческой деятельности, их значение
5. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
6. Специфика функционирования предприятий малого и среднего бизнеса, их признаки.
7. Коммерческие службы организации: их цели, задачи, структура, взаимодействие с другими структурными подразделениями.
8. Квалификационные характеристики работников коммерческих служб.
9. Положение об отделе снабжения в коммерческой организации.

10. Предоставление дополнительных коммерческих услуг.
11. Этика и мораль коммерсанта. Деловой этикет коммерсанта, культура предпринимательства.
12. Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм.
13. Направления государственного регулирования.
14. Технологический цикл системы товародвижения: этапы, составляющие элементы.
15. Виды коммерческой деятельности в зависимости от места в технологическом цикле товародвижения.
16. Инфраструктура коммерческой деятельности.
17. Особенности коммерческой деятельности при участии на выставках, ярмарках, аукционах, а также при биржевой торговле.
18. Расчет товарных запасов в торговом предприятии.
19. Технологический процесс коммерческой деятельности.
20. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса.
21. Сегментирование рынка и позиционирование товаров.
22. Ознакомление с типовыми договорами купли-продажи и поставки.
23. Изучение правил сдачи-приемки товаров по количеству и качеству.
24. Понятие и роль рекламы в коммерческой деятельности.
25. Фирменный стиль и интерьер магазина.
26. Роль транспорта в коммерческой деятельности и его характеристика.
27. Транспортные тарифы и правила их применения.
28. Понятие и виды Уставов и Кодексов транспорта.
29. Оформление договоров перевозки.
30. Оформление коммерческих актов.
31. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
32. Мероприятия, направленные на защиту коммерческой информации.
33. Ответственность за нарушение коммерческой тайны.
34. Понятие товарного знака.
35. Управление товарными запасами и потоками.

Описание критериев оценивания для проведения текущей аттестации обучающихся по дисциплине :

Отметка «**ЗАЧТЕНО**» ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы. **(5 баллов)**

Отметка «**НЕЗАЧТЕНО**» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности и ошибки в использовании научной терминологии. **(3 балла)**

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .

Содержание учебно-методического, информационного обеспечения данной дисциплины следующее:

6.1 Основная литература

1. Коммерческая деятельность: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» / Сост.: С.А. Поповская // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 91 с.

2. Минько Э.В., Минько А.Э. Основы коммерции : учебное пособие. 2-изд. / А.Э. Минько, Э.В. Минько. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 513 с.
3. ГК ПМР;
4. Положение ПРБ от 17 января 2012 г. N 108-П «О порядке ведения кассовых операций в ПМР» (САЗ 12-10) (вступает в силу с 17.07.2012 года) с учетом изменений и дополнений
5. Положение ПРБ от 11 апреля 2012 г. N 109-П «Правила наличного денежного обращения в ПМР» (САЗ 12-21) (вступает в силу с 29 мая 2012 г.) с учетом изменений и дополнений
6. Постановление № 9 от 15 Января 2013 года «О применении контрольно-кассовых аппаратов (машин) на территории Приднестровской Молдавской Республики» САЗ 13-02 с учетом изменений и дополнений
7. Об утверждении Концепции развития электронной коммерции в Приднестровской Молдавской Республике.

6.2 Дополнительная литература

1. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2000.
2. Андреева Л.В. Продажа товаров: Руководство по подготовке и заключению договоров. – М.: ИНФРА-М, 1997.
3. Ганкевич Л.Е. Защита прав торговых работников. 2005
4. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.
5. Герчикова И.Н. Международные экономические организации: регулирование микрохозяйственных связей и предпринимательской деятельности: Учебное пособие. – М.: Консалт-банк, 2000.
6. Голощапова А.И., Парменков К.Н., Савкина Р.В. Основы коммерческой деятельности: Учебное пособие.- М.: Изд-во МГУК, 2000.
7. Лифиц И.М.. Стандартизация, метрология и сертификация.
8. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006.
9. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2006.
10. Торговое дело: Экономика, маркетинг и организация: Учебник.2-е изд, перераб. и доп. / Под общ. Ред. Л.А. Брагина, Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2000.