



**ПРОФЕССИЯ  
МЕНЕДЖЕР**

**ПОРТРЕТ МЕНЕДЖЕРА.  
СПЕЦИАЛИСТЫ СФЕРЫ  
ТОРГОВЛИ**

**Портрет менеджера.  
Специалисты сферы торговли**

«Мельников И.В.»

2013

Портрет менеджера. Специалисты сферы торговли / «Мельников И.В.», 2013 — (Профессия: менеджер)

ISBN 978-5-457-24174-9

В современных условиях высока потребность рынка труда в специалистах-управленцах разного уровня. От уровня профессиональной подготовки и личностных качеств менеджера напрямую зависит успех компании. В книге подробно описан портрет менеджера, включающий содержание и условия труда, доминирующую профессиональную направленность, профессиональный тип личности, доминирующие интересы, дополнительные интересы, необходимые качества, медицинские ограничения, родственные профессии, перспективы профессионального роста и проч. Кроме того, в книге представлены специалисты, задействованные в торговой сфере. Это агент по закупкам, агент коммерческий, агент рекламный, агент по снабжению, администратор предприятия торговли, менеджер торгового зала, аукционист, бизнес-консультант, бренд-менеджер, брокер, директор магазина, директор отдела по работе с клиентами, заведующий хозяйством предприятия торговли, коммерческий директор и др. Кратко описаны служебные обязанности каждого специалиста.

ISBN 978-5-457-24174-9

, 2013  
© Мельников И.В., 2013

## Содержание

Портрет менеджера	5
Специалисты сферы торговли	7
Агент по закупкам	8
Агент коммерческий	9
Агент рекламный	10
Агент по снабжению	11
Администратор предприятия торговли	12
Администратор, менеджер торгового зала	13
Аукционист	15
Бизнес-консультант	16
Бренд-менеджер	17
Брокер	19
Конец ознакомительного фрагмента.	20

# Портрет менеджера. Специалисты сферы торговли

## Портрет менеджера

Торговля – приоритетное направление развития бизнеса, а главная фигура современного бизнеса – менеджер. Именно менеджер, а также другие специалисты торговой сферы являются сегодня наиболее востребованными на рынке труда.

Менеджмент (от английского «management» – управление, заведование, организация) – совокупность принципов, методов, средств и форм управления с целью повышения эффективности и увеличения прибыли. Различают производственный, информационный, финансовый, международный менеджмент, управление персоналом. Менеджеры работают в области торговли, сервиса, туризма, транспорта, промышленности, искусства, спорта, социальной сферы, здравоохранения и т.д.

Содержание труда менеджера в значительной мере определяется сферой его деятельности. Общими для всех специализаций являются организация и координация, оценивание и стимулирование деятельности персонала с целью повышения производительности и качества труда, экономии ресурсов, роста конкурентоспособности товаров и услуг, прибыли и благосостояния, удовлетворенности профессией (должностью) каждого работника.

Менеджер обеспечивает анализ и решение организационных, экономических, социальных вопросов в их взаимосвязи, регулирует процессы подбора, приема и перемещения персонала.

*Условия труда.* Рабочий день менеджера строго не нормирован, нередко возникают стрессовые ситуации, требующие принятия оперативных решений, сопряженных с риском. Общение в труде очень интенсивно. Менеджеру нужна подготовка в области экономики, права, маркетинга, рекламы, социальной психологии, психологии труда и управления. Он должен знать трудовое законодательство, организацию производства, владеть навыками общения с людьми и техникой ведения коммерческих переговоров.

*Доминирующая профессиональная направленность* – работа с людьми.

*Профессиональный тип личности* – социальный и предпринимательский.

*Доминирующие интересы* – общественная работа, управление, экономика, математика, право, педагогика, сфера обслуживания, торговля, области знаний, связанные с выбранной специализацией.

*Дополнительные интересы* – к истории, литературе, журналистике, социологии, психологии.

*Необходимые качества:* сообразительность, рассудительность, ответственность, высокая эмоционально-волевая устойчивость, развитые аналитические, коммуникативные и организаторские способности, готовность к разумному риску. Менеджер должен быть смелым, решительным, обязательным, самокритичным, способным анализировать ситуацию и работать с людьми.

*Медицинские ограничения.* Работа не рекомендуется лицам, страдающим заболеваниями сердечно-сосудистой и нервной системы, имеющим дефекты речи и физические недостатки.

*Родственные профессии:* маркетолог, аналитик, экономист, предприниматель, администратор, организатор, специалист по связям с общественностью и т.д.

*Перспективы профессионального роста* – повышение квалификации, получение образования в смежных областях, административное продвижение.

К кандидату, желающему применить свои умения и навыки в торговой сфере, применяются следующие универсальные требования:

– *Умение работать с людьми.* Все больше значения придается привлечению клиентов, поэтому кандидату должно быть приятно работать с людьми и идти навстречу их пожеланиям, т.к. в торговле много коллективной работы и часто приходится работать в условиях стресса.

– *Умение приспосабливаться к обстоятельствам.* Рынок находится в постоянном движении, меняются и покупатели. Если сотрудник сможет легко перестраиваться, его карьера в торговле будет складываться успешно. Особое значение имеет умение находить решение в критических обстоятельствах.

– *Решительный настрой.* Соискатель должен проявлять напор и заинтересованность в работе, независимо от того, продает ли он какой-нибудь товар потребителю или предлагает изменения в систему заказов и торговых операций. Если он приступил к исполнению новых обязанностей, но работа у него не заладилась, или он в последний момент принял решение, которое себя не оправдало, от него требуется не опустить руки и суметь устранить последствия ошибки.

– *Верность работодателю и энтузиазм.* Работнику нужно гордиться компанией, в котором он работает, ее репутацией, товаром/услугами, которыми она производит, а также своим делом, являющимся одним из звеньев огромного процесса. Немаловажным фактором является также энтузиазм нового работника, который поможет справиться с трудностями первых месяцев работы.

Заработная плата специалистов по продажам чаще всего складывается из небольшого фиксированного оклада и процентов от совершенных сделок (что и составляет основную часть заработка). А многие крупные компании, использующие западный стиль управления, предлагают т.н. компенсационные пакеты (например, бонусы за завершение проектов в поставленные сроки).

## **Специалисты сферы торговли**

В сфере торговли занято много специалистов. Ниже представлены ключевые из них; кратко описаны их основные функциональные обязанности.

## **Агент по закупкам**

*Должностные обязанности* агента по закупкам заключаются в следующем:

- Осуществляет работу по закупке у населения сельскохозяйственной продукции собственного производства в соответствии с заключаемыми договорами, определяющими характер и объем поставок, а также их оплату.
- Выезжает в сельскохозяйственные районы, выявляя потенциальных поставщиков (продавцов) производимой ими продукции и заключая с ними договоры купли-продажи.
- Проводит разъяснительную работу среди населения о порядке заключения договоров купли-продажи на обоюдно-выгодных условиях, принимает меры по установлению долгосрочных связей с производителями сельскохозяйственной продукции.
- Осуществляет контроль качества приобретаемой продукции.
- Оформляет в соответствии с установленным порядком документацию на издаваемую продукцию, заказывает контейнеры и транспортные средства для ее перевозки.
- Контролирует наличие необходимых приспособлений и санитарное состояние транспортных средств, предназначенных для перевозки, правильность проведения погрузочно-разгрузочных работ и рациональное размещение продукции.
- Следит за соблюдением требований охраны труда при проведении погрузочно-разгрузочных работ.
- Сдает доставленную продукцию, оформляет установленную приемосдаточную документацию.

## **Агент коммерческий**

К *должностным обязанностям* коммерческого агента относятся:

1. Участие в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказанию различных коммерческих услуг.
2. Содействие покупке и продаже партий товаров (оптом), а также театральной, музыкальной и других видов творческой продукции (постановка представлений, выступление спортсменов, артистов, издание книг, запись музыкальных произведений и др.).
3. Обеспечение надлежащего оформления заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий.
4. Выполнение необходимой технической работы при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации.
5. Организация предоставления транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказание помощи в доставке товаров.

## Агент рекламный

*Функциональные обязанности* рекламного агента заключаются в следующем:

– Осуществление в качестве посредника работы по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач (соблюдая при этом этические нормы рекламирования товаров, услуг).

– Заключение договоров или соглашений между доверителем и посредником, определяющих характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения).

– Информирование потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях; демонстрация их специфических особенностей и практическое использование объекта рекламы, убеждение в необходимости приобретения именно этого товара, услуги, идеи.

– Учет платежеспособности различных групп населения (при проведении рекламной работы).

– Составление и представление в установленные сроки необходимой отчетности.

– Стимулирование потребителя на повторное совершение покупки товара и обращение за услугами.

– Выделение из сообщений, заявленных в средствах массовой информации, объекта рекламы дополнительными отличительными потребительскими качествами, преимуществами на рынке товаров и услуг, создавая спрос и побуждая тем самым покупателей и потребителей к заключению сделки.

– Принятие мер по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и услуг, а также в проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, изготавливающих рекламируемую продукцию.

– Осуществление работы по популяризации предприятия-изготовителя, его коммерческих связей, принципов, положенных в основу его деятельности, направленной на формирование благожелательного отношения покупателей и потребителей и обеспечению престижа рекламодача.

– Проведение разъяснительной работы среди покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их интересов.

– Принятие участия в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса (равномерного или сезонного) на товары (услуги), совершенствовании методов ее проведения, а также в работе по повышению эффективности и снижению затрат, связанных с рекламой.

– Установление связи со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

– Изучение передового отечественного и зарубежного опыта организации рекламной работы, освоение новых видов рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на рынке товаров и услуг.

– Осуществление взаимодействия с другими агентами по рекламе.

## Агент по снабжению

В *должностные обязанности* агента по снабжению входит:

1. Получение по договорам, нарядам и другим документам товарно-материальных ценностей (сырья, материалов, оборудования, комплектующих изделий, инвентаря, канцелярских принадлежностей и т.п.).
2. Оформление документации на получаемые и отправляемые грузы, заказ контейнеров (другой тары), а также транспортных средств для их доставки.
3. Обеспечение внеплановых закупок материалов.
4. Отправление товарно-материальных ценностей в адрес предприятия или сопровождение грузов в пути следования, обеспечение сохранности и содействие их своевременной доставки.
5. Проверка состояния груза, принятие мер по замене материальных ценностей в случае обнаружения наружного брака.
6. Определение режима перевозки скоропортящихся и опасных грузов, контроль соответствия тары перевозимым грузам, размещением грузов при транспортировке, обеспечение соблюдения требований техники безопасности при проведении погрузочно-разгрузочных работ.
7. Принятие мер по повышению эффективности использования материальных ресурсов путем снижения затрат.

## Администратор предприятия торговли

Можно выделить следующие *функциональные обязанности* администратора:

- Организация бесперебойной работы предприятия.
- Осуществление работы по организации эффективного и культурного обслуживания покупателей, созданию для них комфортных условий, контроль отсутствия нарушений правил торговли.
  - Консультации покупателей по вопросам, касающимся оказываемых услуг.
  - Контроль (общий) приемки-сдачи товаров на склад, своевременной подачи товаров в торговые секции, работу касс, проверка качества, сроков годности товаров, проверка наличия маркировок, наличия в доступных для покупателей местах книг жалоб и предложений.
  - Обеспечение общего контроля за сохранностью товаров, торгового оборудования и прочих материальных ценностей, за своевременное проведение инвентаризации товаров, торгового оборудования, прочего имущества предприятия.
  - Принятие мер по предотвращению и ликвидации конфликтных ситуаций.
  - Рассмотрение претензий, связанных с неудовлетворительным обслуживанием покупателей, проведение необходимых организационно-технических мероприятий.
  - Информирование руководство об имеющихся недостатках в обслуживании покупателей, принимаемых мерах по их ликвидации.
  - Осуществление контроля соответствующего оформления товарных секций, торгового зала, помещения предприятия в целом, отслеживание размещения, обновления и состояния рекламы.
  - Обеспечение чистоты и порядка в товарных секциях, торговом зале, на складе, на предприятии в целом и на прилегающей территории.
  - Контроль за соблюдением трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, требований производственной санитарии и гигиены, требований противопожарной безопасности, гражданской обороны.
  - Обеспечение исполнения распоряжений и приказов администрации предприятия.
  - Контроль выхода работников на работу, их присутствие на рабочем месте в течение рабочего дня.
  - Контроль своевременного закрытия всех внутренних помещений предприятия; сдача помещения предприятия под охрану.

## Администратор, менеджер торгового зала

Наряду с наименованием должности «менеджер торгового зала» используется «администратор торгового зала». Различие в обязанностях служащих, как правило, незначительны. Однако они существуют, так как администратор относится к категории специалистов, а менеджер – к категории руководителей.

*Должностные обязанности администратора торгового зала:*

1. Осуществляет руководство персоналом торгового зала (продавцами, продавцами-консультантами, кассирами).
2. Подготавливает и передает заказ на подачу товаров с мест хранения.
3. Организует подачу товаров в торговый зал и руководство работой по выкладке товаров.
4. Ведет оперативный учет остатков товаров в торговом зале и сообщает (руководителю торгового предприятия, иному должностному лицу) данные о товарах с критичным минимумом остатков, с истекающим сроком годности, а также сведения о товарах повышенного, равномерного и пониженного спроса.
5. Осуществляет управление:
  - запасами товаров в торговом зале;
  - ассортиментом товаров.
6. Осуществляет контроль за соблюдением персоналом торгового зала:
  - надлежащего качества и культуры обслуживания покупателей при оказании услуг торговли;
  - правил продажи товаров и санитарно-гигиенических требований;
  - правил охраны труда и техники безопасности, противопожарной безопасности.
7. Организует обслуживание покупателей, совершающих крупные покупки.
8. Организует информирование покупателей:
  - о товарах (их потребительских свойствах, ассортименте, ценах и т.д.);
  - об оказываемых сопутствующих услугах (сборка, подключение, доставка и т.д.);
  - о режиме работы торгового предприятия.
9. При необходимости оказывает помощь покупателям в выборе товаров.
10. Организует проверку качества и безопасности поступающих в продажу товаров, сроков их годности.
11. Изымает из продажи некачественные товары, товары с истекшим сроком годности, неисправные и имеющие дефекты товары.
12. Осуществляет контроль за наличием ценников на товарах.
13. Контролирует соблюдение работниками торгового зала трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, техники безопасности, требований санитарии и гигиены; отслеживает злоупотребления со стороны персонала торгового зала.
14. Принимает меры по разрешению конфликтных ситуаций с покупателями.
15. Информировывает руководство торгового предприятия о недостатках в обслуживании покупателей.
16. Осуществляет контроль за исправностью оборудования торгового зала и информирует руководство торгового предприятия о неисправности оборудования для принятия необходимых мер.
17. Анализирует результаты работы торгового зала по следующим направлениям:
  - сведения о размерах продаж (по группам товаров, по конкретным товарам);
  - сведения об изменении ассортимента товаров в торговом зале.
18. Обслуживает операции возврата, списания, переоценки и резервирования товаров.

19. Использует в работе автоматизированные системы управления продажами в торговом зале.

20. Составляет отчеты о движении товаров.

21. Принимает участие в инвентаризациях.

22. Организует в экстремальных ситуациях эвакуацию покупателей из торгового зала, вызывает милицию, «скорую помощь» и т.д.

Должностная инструкция менеджера торгового зала должна быть дополнена обязанностями по непосредственному руководству персоналом торгового зала, а также правомочиями по даче персоналу обязательных для исполнения указаний, по представлению руководству торгового предприятия предложений о назначении и перемещении работников торгового зала, поощрении отличившихся работников, привлечении к ответственности нарушителей.

## Аукционист

В *должностные обязанности* аукциониста входит:

1. Участие в определении качества и оценке стоимости движимого и недвижимого имущества, представляемого на аукционные торги для продажи товара (личного домашнего имущества, автомобилей, произведений искусства, ювелирных изделий, а также акций, сырья, промышленного оборудования, домашнего скота и т.д.). Продажа товаров с аукциона от имени клиента или предприятия, учреждения, организации различных форм собственности.
2. Ведение процедуры аукционных торгов, личных форм собственности.
3. Изучение конъюнктуры рынка, спроса на движимое и недвижимое имущество.
4. Участие в проведении залоговых аукционов, инвестиционных конкурсов, экспертизы поступающих на аукционные торги товаров.
5. Консультирование физических и юридических лиц по вопросам, входящим в его компетенцию.
6. Участие в обсуждении порядка и условий продажи.
7. Оформление документов, в том числе финансовых, и установленную отчетность.

## Бизнес-консультант

Существуют две сферы деятельности данного специалиста – внутренняя и внешняя. Бизнес-консультант, с одной стороны, является фактически помощником менеджера в таких областях, как покупка и продажа продукции, принятие решений в сфере бизнеса, заключение контрактов и др., с другой стороны работы он оказывает консультационные услуги (в области бизнеса) обратившемуся клиенту.

Основными задачами бизнес-консультанта, привлекаемого на предприятие, являются:

- консультативная работа и оказание помощи в вопросах бизнеса;
- определение реального бизнес-состояния предприятия;
- оценка перспектив развития бизнеса предприятия;
- ведение отдельных бизнес-проектов предприятия;
- помощь в работе бизнес-менеджера;
- систематический анализ общедоступной бизнес-информации;
- недопущение заключения сомнительных с точки зрения прибыли и законодательства контрактов.

К *должностным обязанностям* бизнес-консультанта относятся:

1. Консультирование по ведению бизнеса.
2. Произведение оценки бизнес-состояния предприятия, финансовых, товарно-материальных и трудовых ресурсов предприятия.
3. Оценивание производственного и инновационного потенциала предприятия, определение проблемы предприятия в сфере бизнеса.
4. Оценивание перспективы развития предприятия.
5. Анализ действующих проектов развития предприятия; разработка новых проектов планов развития предприятия, расчет их экономической выполнимости.
6. Разработка схемы мероприятий по финансовому оздоровлению предприятия (привлечение финансовой помощи (кредитов, займов), изменение организационной структуры предприятия, изменение структуры активов и пассивов предприятия и т.д.).
7. Разработка плана по финансовому и материально-техническому оздоровлению предприятия (меры по сокращению расходов и получению дополнительных доходов, по увеличению объемов производства, изменению контрактных схем, по сотрудничеству предприятия с иными предприятиями для увеличения общего потенциала и увеличения рынка сбыта производимой продукции и т.д.).
8. Отслеживание тенденции в бизнесе и потребности рынка; готовит исходные материалы для разработки бизнес-проектов, координирует работу по реализации отдельных проектов, готовит финансово-экономическое обоснование проектов.
9. Координация своих действий с действиями подразделений предприятия и отдельными специалистами по реализации бизнес-проектов.
10. Оказание консультативной помощи бизнес-менеджеру при разработке бизнес-планов, коммерческих условий, заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценке степени возможного риска; а также при проведении переговоров с контрагентами и при совершении крупных сделок.

## Бренд-менеджер

Бренд (от англ. «brand») имеет два значения: первое – «фабричная, торговая марка», «клеймо», второе – «отпечатываться в памяти, оставлять неизгладимое впечатление». Таким образом, под брендом можно понимать торговую марку, в которой находит свое отражение имидж предприятия, а также отраслевая направленность товаров. Хорошо разрекламированный и обеспеченный устойчивым положительным имиджем предприятия бренд позволяет не только стимулировать продажу товаров, но и сам может быть объектом торгового оборота, принося дополнительную выгоду правообладателю на основе лицензионных соглашений, договоров коммерческой концессии и др. Зачастую потребитель больше ориентируется именно на бренд товара, а не на реальные характеристики, психологически ассоциируя известную марку с качеством.

Бренд-менеджер – это специалист, который руководит продажей определенной категории (группы) товаров, объединенных в своей классификации по бренду. Задача бренд-менеджера как раз и заключается в том, чтобы убедить покупателя приобрести продукт. Этот менеджер является последним звеном, непосредственно осуществляющим продвижение продукта (уже разработанный и разрекламированный бренд) до покупателя. Это своего рода индикатор, позволяющий оценить качество проведенной разработки бренда и эффективность рекламных акций. Положительной оценкой будет являться стабильный спрос на товары.

При продвижении продукта бренд-менеджер в основном делает акцент не на саму техническую продажу, а на ее информационно-рекламное сопровождение, тем самым способствуя продвижению на рынок бренда. Бренд-менеджер должен ориентироваться не столько в ценовых характеристиках товара, сколько в качественных и эксплуатационных параметрах, знать особенности, позволяющие при проведении сравнительного анализа с однородными товарами других брендов выявить его преимущественные показатели. В данном случае он выступает представителем производителя товара и поэтому должен знать не только экономику и маркетинг, но и технологию производства продвигаемого товара.

Бренд-менеджер может работать как в структуре производителя, самостоятельно реализующего свой товар, так и на торговом предприятии, являющемся дистрибьютором или дилером производителя на взаимовыгодной договорной основе.

*Должностные обязанности* бренд-менеджера:

1. Изучение особенностей продвигаемого продукта, анализ требований потребителей к продукту на основе результатов маркетинговых исследований.
2. Осуществление анализа рынка, определение целевых потребительских сегментов рынка для продвижения продукта.
3. Разработка стратегии продвижения продукта на рынок (с учетом предложений подразделений маркетинга и рекламы по проведению рекламных кампаний, выставок, презентаций).
4. Организация проведения презентаций продукта потенциальным покупателям и потребителям, тематических семинаров (профессиональное консультирование о потребительских свойствах и качествах продукта).
5. Разработка ценовой политики по продукту, определение условий продажи товаров (системы скидок и льгот отдельным группам покупателей).
6. Прогноз объема продаж.
7. Составление бюджета по продукту, осуществление расчета ожидаемой прибыли и рентабельности с момента внедрения продукта на рынок, определение возможности убыт-

ков для предприятия на первых этапах продвижения продукта и разработка предложения по их минимизации.

8. Разработка схемы сбыта продукта (от создания новых сбытовых подразделений до реконструкции имеющихся каналов сбыта).

9. Организация договорной работы в подразделении, которое занимается продуктом, ведение учета платежных операций, анализ оперативных данных об итогах продаж.

10. Координация мерчандайзинга продукта.

11. Осуществление наблюдения за положением продукта на рынке (ход продаж продукта, спрос на него), определение и анализ отношения потребителей к продукту.

12. Выявление неудовлетворительных параметров продукта, требований покупателей к продукту (не учтенных в продукте) и сообщение о них конструкторским, технологическим и производственным подразделениям для корректировки продукта, придания ему новых потребительских свойств.

13. Отслеживание ценовой политики и спроса на бренды конкурентов, определение позиции продукта относительно аналогичных или схожих продуктов конкурентов.

14. Координация и контроль работы подчиненных работников.

## Брокер

*Должностные обязанности брокера следующие:*

1. Покупка и продажа партии товара на аукционах, рынках наличного товара или срочного рынка товаров, а также ценных бумаг и финансовых документов, в том числе иностранной валюты, коммерческих услуг (кредит, заключение трудовых договоров и контрактов, транспортные услуги, продажа недвижимости, грузовые перевозки, организации рекламы и т.д.).

2. Установление деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, заказчиками и оказывающими услуги.

3. Оказание своевременной (и на наиболее выгодных условиях) продажи или покупки товара, заключение договоров на оказание услуг.

4. Изучение конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка, потребительских свойств товаров, надежности ценных бумаг, требований участников сделки при покупке (или продаже) товаров, предоставлении услуг, а также при заключении коммерческих (валютных, кредитных) биржевых сделок, различных по степени доверия (договор комиссии, договор поручения).

5. Посещение торгов и аукционов, обеспечение предоставления необходимых данных для подготовки аукционных каталогов, своевременного установления от имени клиента цены продажи и ее изменения, а также суммы сделки.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.