



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, заместитель  
председателя приемной комиссии

Н.Ю. Бугакова

25.09.2018

**ПРОГРАММА**

**вступительных испытаний в магистратуру**

**по направлению подготовки**

**«Торговое дело»**

**Институт отраслевой экономики и управления**

**Кафедра отраслевой логистики, маркетинга и коммерции**

Калининград 2018

## **1 Цели и задачи**

1.1 Целью вступительных испытаний является оценка теоретической подготовки специалистов и бакалавров для успешного освоения ими ООП магистратуры по направлению 38.04.06 «Торговое дело».

Программа вступительного экзамена в магистратуру по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (профиль подготовки «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг») составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению подготовки «Торговое дело» или специалиста по программе подготовки «Коммерция (торговое дело)».

Программа включает основные разделы необходимых входных знаний, компетенций и умений по коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг, маркетингу, коммерческой логистике.

1.2 Поступающий в магистратуру должен продемонстрировать:

- понимание классических и современных теорий, имеющих прикладную значимость в организации коммерческой торговли;
- умение свободно обращаться с категориальным аппаратом экономических наук и знание понятий, категорий и законов в сфере коммерции, ассортиментных, квалитетических, количественных характеристик товаров, субъектов и договоров в профессиональной деятельности, организационно-правовых форм юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- умение выявлять проблемы деятельности субъектов коммерческой деятельности и предлагать способы их решения, использовать методики расчета важнейших экономических показателей и коэффициентов, свободно ориентироваться и с сознанием дела использовать учебную, научную, справочную литературу;
- умения и навыки организации маркетинговой деятельности и оценки ее эффективности, владение методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей;
- знание принципов и методов информационного обеспечения маркетинга (проведения маркетинговых исследований, в том числе сбора, обработки и анализа маркетинговой и иной необходимой информации);
- умение работать с текстами действующих федеральных законов, нормативных и технических документов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.
- уметь анализировать и оценивать внутреннюю среду организации, знать и рассчитывать показатели эффективности ее хозяйственной деятельности, и на этой основе разрабатывать долгосрочные стратегии и направления ее деятельности;
- знать основы информационного и технологического обеспечения коммерческой деятельности;
- быть направленным на инновационные идеи при создании и продвижении новых конкурентоспособных товаров на рынке;
- владеть методами моделирования бизнес процессов и структуры торговых организаций с оценкой конъюнктуры рынков.

## **2 Состав учебных дисциплин вступительных испытаний**

2.1 Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.

2.2 Маркетинг.

2.3 Коммерческая логистика.

### 3 Содержание дисциплин

#### 3.1 Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг

Организационно-правовые формы предприятий. Ресурсы предприятия: основные формы, оборотные средства, кадры. Розничные торговые сети: классификация, показатели структуризации, стратегии выхода на региональные рынки. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.

Информация в коммерческой деятельности: понятие, назначение, виды, источники. Анализ коммерческой информации и принятие решений на его основе. Защита коммерческой информации.

Современные форматы объектов розничной торговли. Типы розничных рынков.

Функции коммерческой деятельности: планирование закупок, поставок, продажи товаров и предоставления услуг на предприятиях, их организация, учет и контроль. Структура управления коммерческой деятельностью компании. Управление и мотивация труда персонала коммерческих служб.

Роль материально-технической базы и технологической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы: показатели, их расчет. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности коммерческих организаций. Процесс инвестирования в объекты коммерции.

Договоры в коммерческой деятельности: понятия, правовая база, назначение, виды, содержание, порядок заключения и контроль за их исполнением. Формы ведения переговоров. Управление договорной работой по материально-техническому и товарному обеспечению предприятий. Коммерческие риски: понятия, виды, анализ, факторы, определяющие вероятность рисков и способы их снижения.

Товарные классификаторы: виды, значимость, использование в коммерческой деятельности. Ассортимент товаров: определение, понятие, виды; показатели ассортимента. Управление ассортиментом.

Оценка качества товаров. Показатели качества: единичные, обобщенные, комплексные. Методы определения показателей качества продукции и услуг. Роль технического регулирования и сертификации в повышении конкурентоспособности товаров (на примере продовольственных или непродовольственных товаров). Экспертиза товаров: предмет, цели, задачи; объекты и методы экспертизы. Правовая и нормативная база экспертизы.

Поставки товарно-материальных ресурсов на предприятие: понятие, назначение, условия в соответствии с договорами, организация и контроль. Документальное оформление поставок товаров.

Управление товарными запасами: понятие, виды, их краткая характеристика. Процесс формирования товарных запасов.

Продажа (сбыт) товаров: понятие, классификация форм и методов продажи (сбыта) товаров, их краткая характеристика. Управление процессом продажи, прогнозирование, анализ и оценка ее эффективности. Документальное оформление продажи (сбыта) товаров.

Основные показатели развития предприятия: товарооборот, прибыль. Состав и структура товарооборота, закономерности развития. Источники доходов. Издержки обращения на предприятиях.

Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация. Планирование доходов и расходов. Цены и ценообразование.

Влияние внешней среды на экономические показатели коммерческой деятельности предприятия.

Анализ и оценка коммерческой деятельности: назначение, понятие экономического эффекта и экономической эффективности. Система показателей анализа и оценки коммерческой деятельности компании.

### 3.2 Маркетинг

*Теоретические основы маркетинга.* Понятие маркетинга. Современная концепция маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Конъюнктура на рынке потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли.

*Система маркетинговых исследований.* Понятие и значение маркетинговых исследований. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований. Основные направления комплексного исследования рынка. Окружающая среда маркетинга (макро- и микросреда). Понятие, значение и объекты рыночной сегментации. Принципы сегментации потребительского и промышленного рынков. Анализ конкурентов. Цель и последовательность исследования конкурентов (источники информации, основные показатели, выявление сильных и слабых сторон).

*Товар и товарная политика в системе маркетинга.* Маркетинговое понимание товара. Уровни восприятия товара. Концепция и основные этапы жизненного цикла товара (характеристика этапов жизненного цикла товара).

*Ценообразование в системе маркетинга.* Понятие, сущность и виды цен в маркетинге. Последовательность ценообразования. Основные стратегии ценообразования.

*Товародвижение и сбытовая политика в системе маркетинга.* Понятие, сущность и методы сбыта товаров. Функции и виды каналов товародвижения.

*Система маркетинговых коммуникаций.* Продвижение товара: цели и виды. Понятие, назначение и виды рекламы. Характеристика средств распространения рекламы. Основные этапы разработки рекламной кампании фирмы. Виды средств стимулирования сбыта.

### 3.3 Коммерческая логистика

Понятие, принципы и функции логистики. *Логистика: понятие, цели, задачи, объект и предмет учебной дисциплины.* Цели, задачи, объект и предмет логистики в торговле. Логистическая система: понятие, виды. Принципы логистики: системность, конкретность, научность, комплексность, вариантность. Эффект от применения принципов логистики при организации торговых процессов. Предпосылки развития логистики. Основные участники процесса товародвижения и их логистические функции.

*Методы логистики.* Общая характеристика методов решения задач в логистике. Сравнительная характеристика классического и системного подхода к организации материального потока при решении задач коммерческой деятельности. Дифференциация объектов управления в логистике: ABC анализ (метод Парето, метод 20/80), XYZ анализ в логистике.

*Закупочная логистика.* Закупочная логистика: понятие, цели и задачи. Принципиальное отличие закупочной логистики от традиционного снабжения. Системы поставок «точно в срок»: концепция, проблемы, пути решения, эффект от внедрения в производстве, на транспорте и в торговле. Примеры функционирования систем поставок «точно в срок» в торговле.

*Распределительная логистика.* Распределительная логистика: понятие, цели и задачи. Принципиальное отличие от традиционного сбыта и оптовой продажи. Взаимосвязь распределительной и закупочной логистики. Распределительная логистика и маркетинг. Правила распределительной логистики. Товароснабжение розничной торговой сети: принципы, формы и методы. Основные мероприятия по организации централизованной доставки товаров в магазины.

*Логистическое обслуживание.* Логистическое обслуживание: понятие, роль логистического обслуживания в обеспечении конкурентоспособности торговой организации. Алгоритм формирования системы логистического обслуживания торговой организации. Показатели логистического обслуживания. Уровень логистического обслуживания: понятие, методы расчета.

*Логистика транспортных процессов.* Транспортная логистика: понятие, цель и задачи. Транспортные услуги. Альтернативные виды транспортировок, критерии выбора. Сравнительные характеристики различных видов транспорта. Выбор вида транспорта на базе анализа полной стоимости. Выбор перевозчика, критерии выбора перевозчика. Требования к качественным показателям перевозок, контроль показателей перевозок.

*Управление запасами в логистике.* Материальные запасы: понятие, роль в логистике. Виды материальных запасов. Система показателей, характеризующих использование запасов в торговой организации. Оптимальный размер текущего запаса (формула Уилсона). Оптимальный размер страхового запаса. Основные системы контроля состояния запасов. Взаимосвязь управления запасами с другими функциями логистики.

*Система хранения и складской обработки торговых грузов.* Склады, их определение и классификация. Роль складов в логистике. Функции складов. Склад как элемент логистической системы: определение оптимального количества складов в зоне обслуживания, места расположения склада на обслуживаемой территории. Показатели работы склада. Оценка потребности торговой организации в складских ресурсах.

*Посредничество в логистике.* Логистическое посредничество: понятие, цель. Задача «делать или покупать» в логистике. Роль посредников в логистике. Основные группы логистических посредников: посредники в операциях физического распределения, торговые посредники, посредники, выполняющие поддерживающие функции в логистике.

Логистические каналы, логистические цепи и схемы. Логистический канал, логистическая цепь, логистическая схема: понятие. Классификация логистических каналов. Факторы, влияющие на выбор логистического канала, логистической цепи и логистической схемы. Выбор оптимального логистического канала, логистической цепи и логистической схемы.

#### 4. Список учебно-методической литературы

1. Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ (ред. от 23.12.2010) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 18.12.2009) // СПС «Консультант Плюс».
2. Алексунин В. А. Маркетинг: учебник. Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.
3. Беляевский И. К. Организация коммерческой деятельности: учебно-практическое пособие. Издательство: Евразийский открытый институт, 2011.
4. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник — 19-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010.
5. Дашков Л. П., Памбухчиянц О. В. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник. Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015
6. Левкин Г. Г. Коммерческая логистика: учебное пособие. Издательство: Директ-Медиа, 2017.
7. Мезенцева О. В., Мезенцева А. В. Экономический анализ в коммерческой деятельности: учебное пособие. Издательство: Издательство Уральского университета, 2014.
8. Морозов Ю.В., Грипина В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.
9. Памбухчиянц О. В. Основы коммерческой деятельности: учебник Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017

10. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.

11. Парамонова Т. Н., Красюк И. Н., Лукашевич В. В. Маркетинг торгового предприятия: учебник. Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.

12. Пичурин И. И., Обухов О. В., Эриашвили Н. Д. Основы маркетинга : Теория и практика: учебное пособие. Издательство: Юнити-Дана, 2015.

13. Предпринимательство: учебник. Под ред. Горфинкеля В.Я., Поляк Г.Б. Издательство: Юнити-Дана, 2015.

Председатель  
экзаменационной комиссии



А.Г. Мнацаканян