

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Вятский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ  
Председатель приемной комиссии,  
И.о. ректора ВятГУ  
В.Н.Пугач  
Протокол заседания  
приемной комиссии  
от 13.11.2015 № 30

**ПРОГРАММА  
КОМПЛЕКСНОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
по программе магистратуры  
38.04.06 Торговое дело. Стратегии и инновации в коммерции**

Киров, 2015

## 1. Содержание разделов и тем учебной дисциплины

### 1.1 Организация коммерческой деятельности

2. Основные направления развития торговли в России и за рубежом.
3. Основные направления развития торговли в Кировской области и г. Кирове.
4. Понятие, функции и задачи коммерческой деятельности.
5. Понятие коммерческой информации и требования к ней. Классификация коммерческой информации, методы сбора, источники получения. Коммерческая тайна.
6. Классификация коммерческих организаций.
7. Факторы внешней и внутренней среды коммерческого предприятия, методы их анализа и использование для решения коммерческих задач.
8. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.
9. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле.
10. Управление ассортиментом товаров на оптовых торговых предприятиях.
11. Управление ассортиментом товаров на розничных торговых предприятиях
12. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров
13. Особенности организации закупочной деятельности организации, методы ее оценки.
14. Особенности организации сбытовой деятельности оптовых торговых предприятий, методы ее оценки.
15. Особенности организации продажи товаров в розничных торговых предприятиях, методы оценки.
16. Эффективные методы управления запасами в торговле.
17. Организация и управление торгово-посреднической деятельностью на рынке товаров.
18. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах.
19. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, влияние на ее результативность.
20. Изучение спроса потребителей и методы его прогнозирования.
21. Опыт использования методов стимулирования спроса покупателей (в системе оптовой и розничной торговли).
22. Методические подходы к потребительской оценке товаров на рынке.
23. Особенности хозяйственных связей в торговле.
24. Функции Роспотребнадзора, практика работы на региональном уровне.
25. Практика деятельности органов по защите прав потребителей на региональном уровне.
26. Опыт использования методов стимулирования спроса покупателей (в системе оптовой и розничной торговли).
27. Особенности организационных структур управления коммерческими службами на розничных и оптовых торговых предприятиях.
28. Содержание ФЗ о торговле.
29. Показатели оценки эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий
30. Стандарты обслуживания – практика использования в системе торговли.
31. Организационная культура торговых предприятий: типы, этапы формирования, методы оценки.

32. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии и современных технологий процессов сервисного обслуживания.
33. Практика оценки конкурентоспособности предприятий торговли: комплекс показателей и методы оценки.
34. Виды договоров в коммерческой деятельности. Влияние условий договоров на показатели коммерческой деятельности.
35. Риски в коммерческой деятельности.
36. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия и факторы их обуславливающие.

## 1.2 Менеджмент в сфере услуг

2. Основные понятия менеджмента. Принципы и функции менеджмента. Субъекты и объекты управления.
3. Современные подходы в менеджменте. Отличия американского и японского менеджмента. Особенности школ и подходов менеджмента, преимущественно используемых на предприятиях торговли.
4. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.
5. Понятие и признаки организации.
6. Миссия и стратегия организации: понятия и подходы к разработке.
7. Характеристика методов управления: организационно – административные, экономические, социально - психологические. Роль самоуправления в процессе организации труда персонала. Особенности использования методов управления на предприятиях торговли.
8. Формальные и неформальные организации на предприятии. Отличительные особенности первичных от вторичных групп.
9. Виды и характеристика организационных структур управления.
10. Полномочия и делегирование. Характеристика функциональных и штабных полномочий. Понятие «предела полномочий».
11. Влияние и власть, баланс власти. Формы власти, характеристика.
12. Стили управления: авторитарный, либеральный, демократический, характеристика.
13. Окружающая среда фирмы. Факторы макро- и микросреды, характеристика.
14. Понятие «стратегического планирования». Характеристика этапов стратегического планирования.
15. Характеристика процесса SWOT- анализа. Понятие «бизнес – портфель».
16. Понятие «управленческих решений». Требования к управленческому решению. Классификация управленческих решений.
17. Процесс разработки и внедрения решений. Характеристика методов принятия управленческих решений.
18. Этика ведения бизнеса (дела). Характеристика деловых стилей.
19. Требования, предъявляемые к руководителям. Оценка труда руководителя.
20. Культура труда руководителя. Важнейшие качества личности руководителя.
21. Понятие и процесс мотивации.
22. Теория иерархии потребностей Маслоу. Теория приобретенных потребностей Макклелланда. Теория двух факторов Герцберга.

23. Теория ожиданий. Теория равенства. Модель Портера-Лоулера.
24. Виды организационных структур, их характеристика и принципы построения.
25. Руководство: власть и личное влияние, характеристика форм власти, баланс власти.
26. Конфликты, их классификация и характеристика, причины возникновения конфликтов.

### 1.3 Маркетинг в сфере услуг

2. Понятие маркетинга, история развития маркетинга.
3. Основные категории маркетинга.
4. Понятие рынка, рынок покупателя и продавца
5. Концепции маркетинга и их характеристика
6. Принципы, цели и функции маркетинга
7. Процесс управления маркетингом, краткая характеристика его этапов
8. Маркетинговая среда фирмы
9. Потенциал фирмы, понятие и элементы
10. Типы контактных аудиторий, типы конкурентов
11. Конкурентоспособность, конкурентоспособность товара, конкурентоспособность фирмы
12. Система маркетинговой информации
13. Рынок индивидуальных покупателей, модель покупательского поведения
14. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей, их характеристика
15. Процесс принятия решения о покупке
16. Рынок предприятий и поведение организованных потребителей
17. Сегментирование рынка, процесс сегментирования.
18. Понятие товара, классификация товаров.
19. Марка, марочное название, логотип, товарный знак, бренд, авторское право, четыре подхода к присвоению марочных названий
20. Понятие нового товара в маркетинге основные этапы разработки нового товара.
21. Понятие упаковки, упаковка как оружие маркетинга
22. Услуги, решение о комплексе услуг
23. Жизненный цикл товара, характеристика этапов
24. Матрица БКГ, ее характеристика
25. Понятие цены, виды цен
26. Процесс ценообразования. Ценовая стратегия и тактика.
27. Понятие товародвижения, методы сбыта, уровни сбыта, стратегии сбыта
28. Характеристика оптовых и розничных посредников (функции, виды)
29. Реклама, ее виды и характеристика. Планирование рекламной кампании
30. Стимулирование сбыта, виды, характеристика
31. PR (связи с общественностью), понятие, характеристика
32. Прямые продажи
33. ИМКПМ (интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи).
34. Маркетинговые исследования: понятие, виды.
35. Инструменты маркетинговых исследований. Формы представления результатов.
36. Организация службы маркетинга на предприятии.

## 1.4 Логистика

2. Происхождение термина «логистика», экономическое понимание «Логистики».
3. Этапы развития логистики, уровни формирования логистики.
4. Принципы и функции логистики.
5. Логистические операции и логистические функции.
6. Моделирование в логистике.
7. Экспертные системы в логистике.
8. Объекты логистического управления: Материальный поток, информационные потоки, финансовые потоки, поток услуг.
9. Логистические системы и принципы их образования.
10. Классификация логистических систем.
11. Сущность закупочной логистики. Механизмы закупочной логистики.
12. Основные определения и термины производственной логистики.
13. Варианты управления материальными потоками в рамках внутрипроизводственных логистических систем.
14. Организация материальных потоков в производстве.
15. Цель и задачи логистики распределения. Взаимодействие логистики и маркетинга.
16. Логистические каналы и логистические цепи.
17. Типы и характеристика посредников.
18. Решение задач распределительной логистики
19. Место и роль запасов в логистической системе.
20. Основные виды материальных запасов.
21. Определение размера заказа.
22. Анализ ABC.
23. Анализ XYZ.
24. Нормирование запасов.
25. Система управления запасами.
26. Виды и функции складов.
27. Разработка системы складирования.
28. Технологические процессы на складах.
29. Оборудование, тара, упаковка и маркировка.
30. Показатели эффективности работы складов.
31. Задачи транспортного хозяйства, виды и характеристика транспортных средств.
32. Виды перевозок.
33. Выбор способа транспортировки, видов транспорта, транспортных средств и перевозчика.
34. Маршруты движения автотранспорта.
35. Место и роль информационных систем и технологий в логистике. Информационные системы.
36. Логистические информационные системы. Управление информационной системой.

## 2. Литература

### 2.1 Литература (основная)

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений / Ф. Г. Панкратов. - 11-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2009. - 500 с.
2. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / Т. Л. Короткова ; под ред. Н. К. Моисеевой; РМАТ. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 415 с.
3. Организация коммерческой деятельности [Текст] : учеб. пособие / под ред. Л. А. Брагина. - 4-е изд., стер. - М.: Академия, 2008. - 172 с.
4. Киселева Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - Электрон. текстовые дан. // Консультант Плюс: электронная библиотека студента: специальное подарочное издание. - Киров, 2012.
5. Юхнева Е.А. Организация коммерческой деятельности: учебно-метод. пособие для студентов направлений 100100.62, 100400.62, 100700.62, 100800.62, 101100.62 всех профилей подготовки, всех форм обучения / Е. А. Юхнева; ВятГУ, ФЭМ, каф. ЭК. - Киров: [б. и.], 2014. - 86 с.
6. Минько Э. В. Маркетинг. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Минько Э. В. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 352 с.
7. Коротков А. В. Маркетинговые исследования. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Коротков А. В. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 304 с.
8. Нуралиев С.У. Маркетинг. Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Нуралиев С. У. - Москва: Дашков и Ко, 2013. - 362 с. - (Учебные издания для бакалавров)
9. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учеб.пособие / Кабушкин Н.И.- 11-е изд., испр. - М.: Новое знание, 2009. — 336 с.
10. Аборнева О. И. Менеджмент. Практикум. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Аборнева О. И. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 190 с.
11. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Беляев Ю. М. - М.: Издательско-торговая корпорация [Дашков и Ко], 2013. - 220 с. - (Учебные издания для бакалавров).
14. Основы логистики [Текст] : учеб. для вузов / под ред. В. В. Щербакова. – СПб.: Питер, 2009. - 426 с.
15. Рыжова И.О. Логистика в торговле[Текст] : учеб. пособие / И. О. Рыжова, А. М. Турков. - М.: Академия, 2009. - 61 с.
16. Тебекин А. В. Логистика. Учебник [Электронный ресурс] / Тебекин А. В. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 355 с.

## 2.2 Литература (дополнительная)

1. Нормы международного права в области маркетинга и коммерческой деятельности.
2. Единые классификаторы товаров и услуг.
3. журнал «Маркетинг товаров и услуг»
4. журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
5. Мхитарян С.В. Отраслевой маркетинг/Мхитарян С.В. – М.:Эксмо, 2006.-368с.
6. Разумовская А. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика.-М.-2006г.

7. Хлебович Д.И. Сфера услуг: маркетинг: учебное пособие/ Д.И. Хлебович; под ред. Т.Д. Бурменко.-М.: КНОРУС, 2007.-240с.
8. <http://ecommercelaw.ru/>
9. <http://ruretail.ru/>