



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный технический университет»

ПРИНЯТО

решением Ученого совета ФГБОУ ВО «ТГТУ»
25 октября 2021 г. (протокол № 13)

УТВЕРЖДЕНО

приказом ректора ФГБОУ ВО «ТГТУ»
28 октября 2021 г. № 204/1-04

ПРОГРАММА

вступительного испытания для поступающих в 2022 году в магистратуру
на направление подготовки
38.04.06 Торговое дело
по программе магистратуры
38.04.06.01 Коммерческая деятельность

I. ТОРГОВОЕ ДЕЛО, БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Значение и место торговли в современной экономике.
2. Правовые основы торгового дела.
3. Основы бизнес-планирования в торговле.
4. Основы предпринимательской деятельности: сущность, основание черты предпринимательской деятельности, виды и технология предпринимательской деятельности.
5. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства.
6. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя.
7. Бизнес и предпринимательство: общие черты и различия.
8. Предпринимательская среда: внешняя среда, внутренняя среда.
9. Предпринимательская идея: ее генерация и выбор.
10. Этапы организации собственного дела (бизнеса).
11. Системы налогообложения и оценка эффективности предпринимательской деятельности.
12. Предпринимательское решение: классификация предпринимательских решений.
13. Предпринимательский риск.
14. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, акционерные общества, государственные и муниципальные унитарные предприятия, объединение предпринимательских организаций, индивидуальное предпринимательство.

II. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Коммерческая деятельность: понятие, предмет, объекты и субъекты коммерческой деятельности.
2. Содержание коммерческой деятельности предприятий оптовой и розничной торговли.
3. История развития коммерческой деятельности в России и за рубежом.
4. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных рынков, выбор товаров и формирование ассортимента, закупочная и сбытовая деятельности, формирование и планирование товарных запасов.
5. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.
6. Эффективность деятельности торгового предприятия.
7. Управление коммерческой деятельностью организации торговли.
8. Безопасность коммерческой деятельности.
9. Материально-техническое и товарное обеспечение коммерческой деятельности организации торговли.
10. Концептуальные основы логистики в коммерческой деятельности.
11. Основы построения процессов товародвижения.
12. Товароведные характеристики товаров.
13. Информационное обеспечение товародвижения.
14. Сертификация товаров и ее роль в коммерческой деятельности.
15. Управление сбытовой деятельностью предприятий торговли.
16. Организационная структура и функции отделов снабжения предприятий.
17. Стимулирование сбыта как один из прогрессивных приемов, направленных на достижение коммерческого успеха.
18. Оптовая торговая сеть: ее структура и функции, перспективы развития.
19. Розничная торговая сеть: классификация, показатели структуризации, методы размещения. Основные направления развития.
20. Оперативный бизнес-план как основной инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.
21. Коммерческая стратегия биржевой торговли России на потребительском рынке.
22. Организация торговли потребительскими товарами на аукционах.
23. Организация и технология коммерческих операций на торгах.
24. Лизинг как одна из современных форм сбыта продукции.

III. ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи.
2. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости.

3. Основополагающие товароведные характеристики как важные критерии конкурентоспособности товаров.

4. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика.

5. Качество товаров: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.

6. Потребительские свойства товаров: номенклатура, показатели, методы их определения. Безопасность и экологичность.

7. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение, управление качеством.

8. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.

9. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы.

10. Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.

IV. МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепция маркетинга.

2. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя.

3. Маркетинговые исследования. Сегментация. Выборы целевого рынка. Стратегии маркетинга.

4. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

5. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Оценка и контроль маркетинга.

6. Организация маркетинговых служб.

7. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет: Интернет-маркетинг.

8. Маркетинговые коммуникации: сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.

9. Личные и безличные маркетинговые коммуникации.

10. Понятие рекламы, ее социально-экономическое содержание.

11. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.

12. Стимулирование сбыта в торговле: сущность и роль стимулирования сбыта, преимущества и недостатки стимулирования сбыта, типы стимулирования сбыта, стратегии стимулирования сбыта.

ЛИТЕРАТУРА

I. ТОРГОВОЕ ДЕЛО, БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: теория и практика [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 410 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94032>. — Загл. с экрана.

2. Предпринимательская деятельность [Электронный ресурс] : курс лекций / Н.М. Зубко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014. — 272 с. — 978-985-7081-16-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28199.html>

3. Дорман В.Н. Коммерческая организация и ее ресурсы [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Дорман. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. — 136 с. — 978-5-7996-1323-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66536.html>

II. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 500 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93489>. — Загл. с экрана.

2. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] : учеб. / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 292 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/72400>. — Загл. с экрана.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] : учеб. / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 292 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/72400>. — Загл. с экрана.

III. ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

1. Зонова, Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 192 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70580>. — Загл. с экрана.

2. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 508 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93492>. — Загл. с экрана.

3. Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 412 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93515>. — Загл. с экрана.

IV. МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили [и др.]. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — 5-238-00883-X. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>

2. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебник / Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 383с. Загл. с экрана. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8110.html>

3. Синяева, И.М. Маркетинг торговли [Электронный ресурс] : учеб. / И.М. Синяева, В.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 752 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56245>. — Загл. с экрана.

4. Синяева, И.М. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 240 с. —

Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77281>. — Загл. с экрана.

5. Филип Котлер Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс] : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Котлер Филип. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 211 с. — 978-5-9614-5016-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>

Утверждено на заседании Методического совета ТГТУ (Протокол от 15.10.2021 № 4)