



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**



УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора ФГБОУ ВО «НГУЭУ»

Миз
_____ А.В. Новиков

13 » **НОЯБРЯ** _____ 2015 г.

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ
В МАГИСТРАТУРУ**

по направлению подготовки

38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Новосибирск 2015

Введение

Программа предназначена для подготовки к вступительному испытанию в магистратуру по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело по магистерской программе «Международная торговля». Программа вступительного испытания составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, предъявляемыми к уровню подготовки магистра, а также с требованиями, предъявляемыми к профессиональной подготовленности бакалавра. Лица, желающие освоить программу магистратуры должны иметь высшее образование, подтвержденное документом государственного образца. Цель вступительных испытаний - определить готовность и возможность поступающего освоить магистерскую программу по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело. Вступительные испытания носят междисциплинарный характер. Программа включает в себя набор тем, знание которых является базовым. Вступительные испытания в магистратуру проводятся в письменной форме.

Тематическое содержание дисциплин

Дисциплина Торговое дело	
Тема 1	<p><i>Торговые предприятия: виды, типы и функции</i></p> <p>Коммерческие предприятия в современных условиях и проблемы их реформирования. Торгово-технологические функции коммерческих предприятий. Факторы, влияющие на объем и характер выполняемых торговых операций. Понятие специализации в розничной торговле. Специализация как фактор конкурентного преимущества. Типизация розничной торговой сети. Размещение розничной торговой сети в городах. Розничная и оптовая торговая сеть. Основные понятия. Показатели, характеризующие качество розничной сети. Методы размещения розничной торговой сети; факторы, влияющие на размещение розничной сети; материально-техническая база магазинов.</p>
Тема 2	<p><i>Организация торгово-технологического процесса в магазине</i></p> <p>Содержание торгово-технологического процесса. Приемка товаров по количеству и качеству и ее документальное оформление. Хранение товаров в магазине. Подготовка товаров к продаже. Организация и оборудование рабочих мест. Размещение товаров в торговом зале. Выкладка товаров на торговом оборудовании. Основные элементы процесса продажи товаров. Характеристика различных форм продажи товаров: самообслуживание, с открытой выкладкой, через прилавок обслуживания и по образцам. Дополнительные услуги, оказываемые коммерческими предприятиями, как фактор конкурентного преимущества. Продажа товаров в кредит как важнейшая дополнительная услуга покупателям.</p>
Тема 3	<p><i>Управление торгово-технологическим процессом</i></p> <p>Управление основными операциями торгово-технологического процесса. Регулирование товарных и покупательских потоков. Структура аппарата магазина и функции отдельных работников. Основные направления рациональной организации труда в магазинах: оптимальность разделения и кооперации труда, четкость организации и обслуживания рабочих мест. Нормирование труда работников магазина. Повышение квалификации работников торговли.</p>

Рекомендуемая литература для подготовки:

1. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012.
3. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Под ред. И.М. Синяевой. – М.: Юрайт, 2014.
4. Орленко Л.В. История торговли: учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2012.
5. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие. – М.: КноРус, 2013.
6. Фридман А.М. Экономика предприятия торговли и питания потребительского общества: учебник. – М.: Дашков и К, 2015.

Дисциплина Коммерческая логистика	
Тема 1	<p><i>Концепция, метод и функции логистики</i></p> <p>Концепция, метод и функции логистики. Общие понятия и основные определения в логистике. Восемь правил логистики. Функции и виды логистики. Прогнозирование требований к логистике. Логистика как инструмент в конкурентной борьбе. Стратегия и планирование в коммерческой логистике. Роль коммерческой деятельности в существовании предприятия.</p>
Тема 2	<p><i>Организация торгово-технологического процесса в магазине</i></p> <p>Основные задачи, структура и функции отделов материально – технического обеспечения. Процесс планирования закупок. Логистический процесс закупок и его связь с практическими решениями. Выбор поставщика, его этапы. Выбор метода</p>

	закупок. Управление запасами. Роль и значение материальных запасов. Основные условия и принципы контроля и управления запасами. Система хранения и складской обработки.
Тема 3	<i>Управление торгово-технологическим процессом</i> Сервис в коммерческой логистике. Роль качественного обслуживания в коммерческой деятельности предприятия. Анализ сервисного обслуживания. Посредничество в логистике. Роль и значение комплексного информационного обеспечения. Интегрированная информационная логистическая система.

Рекомендуемая литература для подготовки:

1. Альбеков А.У. Таможенная логистика: - СПб.: Троицкий мост, 2013.
2. Аникин Б.А. Логистика: тренинг и практикум. – М.: Проспект, 2013.
3. Афанасенко И.Д. Коммерческая логистика: учебник для бакалавров и специалистов. – СПб.: Питер, 2012.
4. Гаджинский А.М. Логистика: учебник. – М.: Дашков и К, 2012.
5. Николайчук В.Е. Транспортно-складская логистика: учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2012.
6. Основы логистики: учебник. / Б.А. Аникин, Т.А. Родкина, В.А. Волочиенко. - М.: Проспект, 2015.
7. Проценко О.Д. Логистика и управление цепями поставок – взгляд в будущее: макроэкономический аспект. – М.: Дело, 2012.
8. Сергеев В.И. Управление цепями поставок: учебник для бакалавров и магистров. – М.: Юрайт, 2014.
9. Степанов В.И. Логистика: учебник для бакалавров. – М.: Проспект, 2015.
10. Тяпухин А.П. Логистика: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2015. (гриф МОиНРФ).

Дисциплина Организация и техника внешнеторговых организаций	
Тема 1	<i>Внешнеторговые операции: сущность и содержание</i> Характер внешнеторговой операции и ее виды. Организационные формы международной торговли сырьевыми товарами, готовой продукцией, результатами интеллектуальной деятельности.
Тема 2	<i>Внешнеторговый договор: структура и содержание</i> Сделки купли-продажи товаров и услуг. Этапы подготовки и организации сделки. Структура и содержание внешнеторгового договора. Виды договоров по предмету сделки, по характеру поставки, по форме оплаты, по форме подготовки документа. Транспортные документы. Транспортно- экспедиторские документы. Таможенные документы.
Тема 3	<i>Исполнение международного контракта купли-продажи</i> Подготовка товара к отгрузке. Требования к упаковке и маркировке. Международные транспортные операции. Базисные транспортные условия поставки. Транспортные условия контрактов купли-продажи. Услуги, сопряженные с выполнением транспортных операций. Управление перевозками грузов внешнеэкономического комплекса. Основная транспортная документация во внешнеэкономических связях.

Рекомендуемая литература для подготовки:

1. Баринов В.А. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: ФОРУМ, 2014.
2. Голованова С.В. Международная торговля в развитии российских товарных рынков. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2014.
3. Вологдин А.А. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности: учебное пособие для магистров. – М.: Юрайт, 2012.
4. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / Под ред. В.Б. Мантусова. – М.: ЮНИТИ, 2015.
5. Михалкин В.А. Международный бизнес: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2015.

6. Основы внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации: учебное пособие / Под общ. ред. С.В. Рязанцева. – М.: КноРус, 2016.

7. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник для бакалавров. - М.: Юрайт, 2012.

8. Савойский А.Г. Менеджмент внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2012.

Дисциплина Маркетинг	
Тема 1	<i>Маркетинг как философия и инструментальный бизнеса</i> Понятие и сущность маркетинга. Основные элементы маркетинга. Эволюция маркетинга как науки. Маркетинг как философия взаимодействия и координации предпринимательских решений. Маркетинг как метод поиска решений. Состояние спроса и предложения на товарном рынке. Нужда, потребность, спрос, покупка, потребление. Элементы маркетинговой системы. Характеристика факторов макровнешней маркетинговой среды. Основные принципы маркетинга. Аналитическая функция маркетинга. Производственная функция маркетинга. Сбытовая функция маркетинга. Функция управления и контроля. Комплекс маркетинга. Модель «4Р». Инструменты маркетинг-микса. Особенности комплекса промышленного маркетинга и маркетинга услуг.
Тема 2	<i>Сегментация рынка и анализ конкурентной среды</i> Понятие «рынок» и его основные характеристики. Условия совершения обмена. Сегментирование рынка. Макро- и микросегментация. Критерии сегментирования. Признаки сегментирования рынка: географический, демографический, психографический, по поведению на рынке. Комплексные маркетинговые исследования. Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Принципы выбора целевого сегмента. Позиционирование товара на рынке. Атрибут позиционирования. Параметры позиционирования. Конкурентная карта позиционирования. Концепция брэндинга.
Тема 3	<i>Коммуникационная политика в маркетинге</i> Понятие маркетинговых коммуникаций. Элементы системы маркетинговых коммуникаций: реклама, прямые продажи, стимулирование продаж, связи с общественностью. Достоинства и недостатки отдельных элементов системы маркетинговых коммуникаций. Принципы интеграции элементов системы маркетинговых коммуникаций. Синергичное использование элементов маркетинговых коммуникаций. Основные составляющие при выборе коммуникационной стратегии. Формирование коммуникационного бюджета.

Рекомендуемая литература для подготовки:

1. Бронникова Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие. – М.: КноРус, 2015.

2. Егоров Ю.Н. Управление маркетингом: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2015.

3. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013.

4. Кеворков В.В. Практикум по маркетингу: учебное пособие. – М.: КноРус, 2015.

5. Маркетинг в социальных медиа интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие. / В.П. Тихомиров, Н.В. Тихомирова, Л.А. Данченко и др. – СПб.: Питер, 2013.

6. Наумов В.Н. Стратегический маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2015.

7. Управление маркетингом: учебное пособие. / И.М. Синяева, В.В. Синяев, В.М. Маслова. – М.: Вузовский учебник, 2012.

Список дополнительной литературы:

1. Белозерцева И.Б. Особенности учета в торговле: практикум. – Новосибирск: НГУЭУ, 2014.

2. Герами В.Д. Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики: учебник и практикум для бакалавров. – М.: Юрайт, 2015.

3. Лифиц И.М. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013.

4. Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия): учебник. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2012.
5. Тугускина Г.Н. Торговый менеджмент: учебное пособие. - Ростов н/Д: Феникс, 2014.

Список Интернет-ресурсов:

1. <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/>
2. <http://grebennikon.ru/journal-1.html>
3. <http://www.marketingcommunications.ru/>
4. <http://www.mavriz.ru/articles/2006/6/4078.html>.
5. <http://www.grebennikov-eurasia.ru/marketing/>