

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

Утверждаю
Проректор по УВР, профессор
Кудаев Р.Х.
« 16 » 2014 г.



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

для поступающих в федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М.Кокова»

для обучения по программам высшего образования

Нальчик 2014

Содержание

	Стр.
1. Общие положения, регламентирующие порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки 38.03.06 – Торговое дело, требования к уровню подготовки бакалавров, необходимому для освоения программы магистров.....	3
2. Критерии оценки ответов при проведении вступительных испытаний в магистратуру. Формы проведения вступительных испытаний. Методические рекомендации к проведению вступительных испытаний.....	4
3. Структура вступительного экзамена по направлению подготовки 38.03.06 – Торговое дело. Наименование дисциплин. Основная и дополнительная литература.....	5

1. Общие положения, регламентирующие порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.03.06 – «Торговое дело», требования к уровню подготовки бакалавров, необходимой для освоения программы магистров

При составлении программы вступительных испытаний в магистратуру КБГАУ им. В.М. Кокова по направлению подготовки магистров 38.03.06 – «Торговое дело» учитывались требования ФГОС ВПО к уровню подготовки бакалавров, необходимому для освоения программы магистров.

Бакалавр Торгового дела должен быть сформировавшимся специалистом, иметь навыки к научно-исследовательской работе, уметь использовать разнообразные научные и методические приемы, владеть методами и средствами исследования, а также иметь уровень подготовки, соответствующий требованиям ФГОС ВПО и необходимый для освоения программы магистров.

Бакалавр должен знать основы общетеоретических дисциплин в объеме, необходимом для решения научных, научно-методических, организационно-управленческих задач; знать основные направления, новейшие результаты и перспективы развития современных технологий торговой дельности.

Бакалавр должен свободно владеть необходимым запасом терминов и владеть полным набором понятий в сфере торговли.

Бакалавр должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

1) коммерческо-организационная деятельность:

- выбор товаров и формирование товарного ассортимента, подбор покупателей и поставщиков;

- планирование и организация процессов закупки и продаж товаров;

- организация коммерческих взаиморасчетов;

- организация товародвижения и создание системы стимулирования сбыта;

- управление товарными запасами;

2) научно-исследовательская деятельность:

- исследование и анализ товарных запасов;

- исследование ассортимента и конкурентоспособности товаров;

- исследование и моделирование бизнес-технологий;

- анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности;

- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации;

3) проектно-аналитическая деятельность:

- проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности;

- прогнозирование конъюнктуры товарных рынков;
- прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров;
- прогнозирование и разработка стратегии коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке;
- проектирование процессов продвижения и реализация товаров на рынке;
- прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия.

Целью вступительных испытаний в магистратуру является определение уровня качества подготовки бакалавров, пригодность и соответствие знаний и умений требованиям ФГОС ВПО, необходимым для обучения в магистратуре. Для объективного установления этого в программу вступительных испытаний в магистратуру включаются вопросы по всем дисциплинам федерального компонента ФГОС ВПО учебного плана подготовки и отдельная программа бакалавров по направлению «Торговое дело» по блоку специальных дисциплин.

Вступительные испытания в магистратуру должны позволить оценить:

- уровень овладения основными понятиями всех дисциплин, входящих в программу подготовки бакалавра;
- уровень готовности бакалавра к научно-исследовательской работе;
- уровень овладения основными методами исследовательской работы;
- знание объективных тенденций развития торговой сферы экономики науки.

По итогам вступительных испытаний в магистратуру, с учетом выявленных знаний и умений по вопросам, включенным в билет (состоящий из трех вопросов), приемная комиссия выставляет единую оценку на основе коллективного обсуждения.

2. Критерии оценки ответов при проведении вступительных испытаний в магистратуру. Формы проведения вступительных испытаний. Методические рекомендации к проведению вступительных испытаний

Ответ на вступительных испытаниях в магистратуру оценивается на закрытом заседании приемной комиссии простым большинством голосов членов комиссии.

Результаты вступительных испытаний в магистратуру определяются оценками «пять», «четыре», «три», «два».

Оценка «пять» ставится за ответ, в котором раскрываются все вопросы, включенные в программу, логически правильно построен ответ, все понятия изложены с различных методических подходов. Испытуемый свободно отвечает на дополнительные вопросы по дисциплине.

Оценка «четыре» ставится за ответ, в котором изложены все понятия включенные в программу, логически правильно построен ответ, но в

суждениях и выводах есть небольшие ошибки. Испытуемый не отвечает на треть дополнительных вопросов.

Оценка «три» ставится за ответ, в котором излагаются все понятия по программе, однако отсутствует конкретика. Испытуемый отвечает менее половины дополнительных вопросов по курсу.

Оценка «два» ставится за ответ, в котором излагаются входящие в программу понятия с ошибками, практически нет логически завершенного ответа вопросы, содержащиеся в билете. Испытуемый не дает правильных ответов на дополнительные вопросы по курсу.

Вступительное испытание проводится в письменной форме. Комиссия также может устными вопросами уточнять ответы испытуемого для выставления объективной оценки.

Основными методическими рекомендациями к проведению вступительных испытаний являются:

- определение соответствия бакалавра (специалиста) требованиям ФГОС ВПО и уровень его подготовки;
- принятие решения о зачислении в магистратуру по магистерской программе «Коммерция на рынке товаров и услуг» по результатам вступительных испытаний.

3. Структура вступительного экзамена по направлению 38.03.06 – «Торговое дело»

Дисциплина «Экономика предприятия»

1. Организационно-правовые формы предприятий. Ресурсы предприятия: основные формы, оборотные средства, кадры.
2. Экономические основы развития коммерческих предприятий предприятия в системе рыночных отношений. Основные показатели развития предприятия: товарооборот, прибыль. Состав и структура товарооборота, закономерности развития. Товарное обеспечение товарооборота, товарные ресурсы. Источники доходов. Издержки обращения на предприятиях.
3. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация.
4. Налоги и налоговая система.
5. Цены и ценообразование.
6. Планирование доходов и расходов.
7. Влияние внешней среды на экономические показатели коммерческой деятельности предприятия.
8. Коммерческий риск. Выживание предприятия.
9. Прибыль и рентабельность. Эффективность функционирования коммерческого предприятия.
10. Экономический анализ коммерческой деятельности предприятия.

Основная литература

1. Раицкий К.А. Экономика предприятия. Учебник для вузов-М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999 г.
2. Бланк И.А. Управление торговым предприятием М.; ТАНДЕМ, 1998 г.
3. Экономика торгового предприятия. Учебник под редакцией А.И. Гребнева. М.; Экономика, 1996 г.
4. Э.С. Хазанович. Экономика предприятия. Учебное пособие Тула 2000 г. (гриф УМО по коммерции)
5. Экономика фирмы: / Учеб. пособие под ред. И.О. Волкова, В.К. Складенко.- М.: ИНФРА-М, 2000 г.

Дополнительная литература

1. Гражданский кодекс РФ Часть первая.
2. Налоговый кодекс РФ.
3. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания (утверждены Минторгом РФ 20.04.95 № 1-550/32-2).
4. Гост Р 51303-99 Торговля. Термины и определения. Издается с грифом Министерства образования РФ
5. Гост Р 51304-99 Услуги розничной торговли. Общие требования.
6. Гост Р 51305-99 Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу.
7. Федеральный Закон от 25 сентября 1998 г. №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
11. Д.Л. Щур. Основы торговли. Оптовая торговля. М.; «ДИС» 1999 г. •
12. Д.Л. Щур, Л.В.Труханович. Основы торговли. Розничная торговля. М.; «ДИС» 2001 г.

Дисциплина «Маркетинг»

1. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя.
2. Маркетинговые исследования. Сегментация. Выборы целевого рынка. Стратегии маркетинга. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

3. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Оценка и контроль маркетинга. Организация маркетинговых служб. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

Основная литература

1. Маркетинг. Учебник-практикум/ под ред.проф. Ващекина Н.П. –М.: «Информ-Знание», 1999.
2. Романов А.Н., Красильников С.А. и др. Маркетинг: Учебник / под ред. Романова А.Н.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. маркетинг.-М.: «Экономика», 1992.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер.с англ. Б.Б.Боброва. Общ.ред.Е.М.Пеньковский-Спб.: АО «Корунд», АОЗТ «Литера плюс», 1994.

Дополнительная литература

1. Губков Е.П.Маркетинговые исследования. - М.: Финпресс, 1998.
2. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.Центр экономики и маркетинга.
3. Крылов А.И., Соколов М.И. Практикум по маркетингу: ситуационные задачи и тест-контроль: Учебное пособие / под общ.ред.акад. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
4. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг, Европейская перспектива./ пер.с франц. – Спб.: Наука, 1996.
5. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России», «Практический маркетинг», «Рекламный маркетинг».

Дисциплина «Основы коммерческой деятельности»

1. Коммерческая деятельность. Понятие. Предмет и метод. Объекты и субъекты. Сферы применения. История развития в России и за рубежом. Методологические основы: цели и задачи, структура и содержание; факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности, методы исследования, организации и моделирования.
2. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных рынков, выбор товаров и формирование ассортимента, определение объемов закупок и продаж товаров, проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи; коммерческие взаиморасчеты, закупка и поставка товаров; формирование и планирование товарных

запасов, организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров; сервисное обслуживание.

3. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.

4. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности. Источники развития.

5. Результаты коммерческой деятельности

Основная литература

1. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.

2. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Практикум: Учеб.пособие для вузов.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.

3. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов.-4-е изд.перераб.и доп.-М.: «Маркетинг», 2000.

4. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб.пособие./ Ф.Г.Панкратов и др.-М.: Маркетинг, 1998.

5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник.-М.: ИНФРА-М, 2000.

Дополнительная литература

1. Абчук В.А. Коммерция: Учебник.-СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2000.

2. Андреева Л.В. Продажа товаров: Руководство по подготовке и заключению договоров.-М.: ИНФРА-М, 1997.

3. Голощапова А.И., Пармененков К.Н., Савкина Р.В. Основы коммерческой деятельности: Учебное пособие.-М.: Изд-во МГУК, 2000.

4. Щербаков В.В., Парфенов А.В., Пасада Н.И. Эволюция форм и методов торгового посредничества в дореволюционной России.-СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 1996.

Дисциплина «Товароведение и экспертиза товаров»

1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости. Основополагающие товароведные характеристики как важные критерии конкурентоспособности товаров. Методы товароведения: системный подход, классификация и кодирование товаров. Классификаторы.

2. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.

3. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения. Безопасность и экологичность.
4. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. управление качеством.
5. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.
6. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы. Организация и порядок проведения. документальное оформление.
7. Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.

Основная литература

1. Алексеева Н.С., Ганцов Ш.К., Кутянин Г.И. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров. – М.: Экономика, 1998.
2. Николаева М.А. товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. – М.: Норма, 1997.
3. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2001.
4. Николаева М.А. Товарная экспертиза. – М.: Деловая литература, 1998.
5. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных) – М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2000.

Дополнительная литература

1. Законы РФ «О защите правы потребителей» от 09.01.1996.; «О стандартизации» от 10.06.93 г. (в редакции Федерального закона от 27.12.1995); «Об обеспечении единства измерений» от 27.04.93 г.; «о сертификации продукции и услуг» от 10.06.93 г. (в редакции Федерального закона о 31.07.98)
2. Гордиенко А.Б. и др. Товароведение пищевых продуктов. Издание 4-е – М.: Экономика, 1990.
3. Красовский П.А. товар и его экспертиза. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.

Дисциплина «Организация, технология и проектирование предприятий»

1. Коммерческая деятельность предприятия, их виды, типы, функции. Торгово-технологический процесс. Особенности организации и управления. Значение отдельных составляющих торгово-технологического процесса в организации и проектирование предприятий оптовой, розничной торговли и различных торгово-посреднических структур.

2. Организации труда и управление на предприятиях. Принципы, нормы и методы проектирования коммерческих предприятий, организация их строительства и капитального ремонта.

3. Техническая оснащенность. Правила эксплуатации и нормы безопасности. Охрана труда.

Основная литература

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992г., №2 - ФЗ (в ред. Федерального закона от 17 декабря 1999г. № 212-ФЗ).

2. Правила продажи отдельных видов товаров, утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 19 Января № 55.; Правила продажи товаров по образцам, утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 21 июля 1997г. № 918.; Правила продажи алкогольной продукции, утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 19 августа 1996г. № 987, с изменениями и дополнениями, внесенными в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 13.10.99г.; Правила по охране труда на предприятиях розничной торговли, утв. приказом Роскомторга от 13 июля 1994г., № 68.

3. ГОСТ Р 51303-99 Торговля, термины и определения.; ГОСТ Р 51304-99 Услуги розничной торговли. Общие требования. ГОСТ Р 51074-97 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования.; ГОСТ Р 51121-97 Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования.

4. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К., Коммерция и технология торговли. Учебник для вузов. М., ИВЦ «Маркетинг», 1999.

5. Маркетинг: Учебник-практикум/ Под ред. Н.П. Ващекина. - М.: ИГУК, 1999.

Дополнительная литература

1. Адам С. Профессиональные продажи и коммерческие переговоры: Пер. с англ. - Мн.: Амалфея, 1998.

2. Арустамов Э.А., Оборудование предприятий (торговли). Учеб. пособие. М. «Дашков и Ко», 2000

3. Глазьев С.Ю., Экономическая теория технического развития. Наука; М., 1990

4. Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли. Пер. с англ. - СПб: Питер, 1999.

5. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 1999.

6. Торговое дело: экономика и организация: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 1997.

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)»

1. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

2. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах. Стимулирование сбыта.

3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур.

4. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи (сбыта товаров), сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. Коммерческие инновации.

5. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.

6. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.)

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов-4 изд.

2. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник-М: ИНРА-М, 2000

3. Правило торговли – М.: Главбух, 1999.

4. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб. пособие/ Ф.Г.Панкратов и др. 1998.

5. Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу. Изд.офиц.ГОСТ Р 51305-1999. Дата введения 01.01.2000 г.- М.; Госстандарт России, 2000

6. Торговое дело: Экономика и организация: Учебник. 2-е изд. перераб. и доп./ Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина, Т.П. Данько.- М.: ИНФРА-М, 2000.

7. Торговое законодательство Российской Федерации – М.: «Издательство ПРИОР», 1999 (2005, 2009 гг.)

Дополнительная литература

1. Ващекин Н.П. Моделирование коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли: Автореф. дис....к.э.н. / Моск. гос. ун-т коммерции. - М.: 1996, - 25 с.

2. Даненбург В. И др. Основы оптовой торговли. Практический курс, Спб.: «Нева-Ладога-Онега», 1993.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. -М.: Прогресс, 1993.
4. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
5. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1996,
6. Проблемы торговли: управление, маркетинг, финансовый анализ: Сб. научных трудов / Под ред. В.Ф. Егорова; Санкт-Петербург. торгово-экономический институт, Спб, 1995.
7. Райзберг Б.А. Рыночная экономика. Учебное пособие. - М.: Ред. журн. «Деловая жизнь», 1993.
8. Романов А.Н., Лукасевич И.Я. Оценка коммерческой деятельности
9. Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под. общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. -М.: ИНФРА-Маша, 1997.

Дисциплина «Коммерческая логистика»

1. Концепция, метод и функции логистики. Прогнозирование требований к логистике. Стратегия и планирование в коммерческой логистике. Логистика закупок, логистика оптовых продаж. Система хранения и складской обработки.
2. Сервис в коммерческой логистике. Управление запасами, транспортные услуги. Информационное обеспечение логистики. Посредничество в логистике. Контроль и управление в коммерческой логистике.
3. Особенности логистики в отраслевых сферах

Основная литература

1. Гаджинский А.М. Логистика: учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2003 (2010г.).
2. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2003 (2010г.).
3. Новиков О.А., Уваров С.А. Логистика: Учебное пособие. – СПб.: Изд.дом «Бизнес-пресса», 1999 (2010г.).
4. Практикум по логистике: Учебное пособие / Под ред. Б.А.Аникина.-М.: ИНФРА-М, 1999 (2010г.).

Дополнительная литература

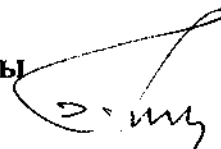
1. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – М.: Изд. дом «Дашков и К⁰», 1999 (2010г.).
2. Козловский В.А., Кобзев В.В., Савруков Н.Т. Логистика: Конспект лекций. – СПб.: Политехника, 1998 (2005,2010гг.).
3. Линдерс М.Р., Фирон Х.Е. Управление снабжением и запасами. Логистика / Пер. с англ. – СПб.: ООО «Виктория плюс», 2002.
4. Основы логистики: Учебное пособие / Под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 1999.
5. Плоткин Б.К. Введение в коммерцию и коммерческую логистику: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1996 (2010,2012гг.).
6. Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 2000.
30. Уваров С.А. Логистика: общая концепция, теория, практика.- СПб.: Инвест – НП, 1996 (2009г.).

**Декан факультета
товароведения и коммерции,
профессор**



С.Г.Азикова

**Зав кафедрой коммерции,
руководитель магистерской программы
профессор**



Х.Л.Боготов