

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

«Утверждаю»

Проректор по УВР, профессор

Кудаев Р. Х.

2018 г.



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
38.04.06 - Торговое дело

для обучения по программам высшего образования

Нальчик 2018

Содержание

	Стр.
1. Общие положения, регламентирующие порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.06– «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 38.04.06 – «Торговое дело».....	5
4. Литература.....	9
4.1. Основная литература.....	9
4.2. Дополнительная литература.....	10

1. Общие положения, регламентирующие порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.06 – «Торговое дело», требования к уровню подготовки бакалавров, необходимому для освоения программы магистров

При составлении программы вступительных испытаний в магистратуру КБГАУ им. В.М. Кокова по направлению подготовки магистров 38.04.06. – «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 ФГОС 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 деятельности.

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, необходимым для обучения в магистратуре. Для объективного установления этого в программу вступительных испытаний в магистратуру включаются вопросы по всем дисциплинам федерального компонента ФГОС 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 требованиям ГОС ВПО и уровень его подготовки;

- принятие решения о зачислении в магистратуру по магистерской программе «Технологии и средства механизации сельского хозяйства» по результатам вступительных испытаний.

3. Структура вступительного экзамена по направлению 38.04.06. – «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: товароборот, 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», 2010 г.
2. Бланк И.А. Управление торговым предприятием М.: ГАНДЕМ, 2012 г.
3. Экономика торгового предприятия. Учебник под редакцией А.И. Гребнева. М.: Экономика, 2011 г.
4. Э.С. Хазанович. Экономика предприятия. Учебное пособие Тула 2013 г. (гриф УМО по коммерции)
5. Экономика фирмы: / Учеб. пособие под ред. И.О. Волкова, В.К. Склярченко.- М.: ИНФРА-М, 2011 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 Минпрмторгом РФ 20.04.2005 № 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» 2009 г. •
12. Д.Л. Щур, Л.В.Труханович. Основы торговли. Розничная торговля. М.: «ДИС» 2010г.

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», 2012
2. Романов А.Н., Красильников С.А. и др. Маркетинг: Учебник / под ред. Романова А.Н.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010.
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», 2005

Дополнительная литература

1. Губков Е.П.Маркетинговые исследования. - М.: Финпресс, 2011
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, 2012.
4. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг, Европейская перспектива./ пер.с франц. – Спб.: Наука,2010.
5. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России», «Практический маркетинг», «Рекламный маркетинг».

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

1. Коммерческая деятельность. Понятие. Предмет и метод. Объекты и субъекты. Сферы применения. История развития в России и за рубежом. Роль в подготовке дипломированного специалиста коммерции.

2. Методологические основы: цели и задачи, структура и содержание; факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности, методы исследования, организации и моделирования.

3. 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, организа-

ция и управление процессами товародвижения и продажи товаров; сервисное обслуживание.

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

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

6. Результаты коммерческой деятельности

Основная литература

1. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2009
2. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Практикум: Учеб.пособие для вузов.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012
3. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов.-4-е изд.перераб.и доп.-М.: «Маркетинг», 2010
4. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб.пособие./ Ф.Г.Панкратов и др.-М.: Маркетинг, 2008
5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник.-М.: ИНФРА-М, 2012.

Дополнительная литература

1. Абчук В.А. Коммерция: Учебник.-СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2010.
2. Андреева Л.В. Продажа товаров: Руководство по подготовке и заключению договоров.-М.: ИНФРА-М, 2008
3. Голощапова А.И., Пармененков К.Н., Савкина Р.В. Основы коммерческой деятельности: Учебное пособие.-М.: Изд-во МГУК, 2011.
4. Щербаков В.В., Парфенов А.В., Пасада Н.И. Эволюция форм и методов торгового посредничества в дореволюционной России.-СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 2009

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, 2010
2. Николаева М.А. товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. – М.: Норма 2011.
3. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2012.
4. Николаева М.А. Товарная экспертиза. – М.: Деловая литература, 1998.
5. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных) – М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2012.

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., Памбухчиянц 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, 2011
2. Арустамов Э.А., Оборудование предприятий (торговли). Учеб. пособие. М. «Дашков и Ко», 2012
3. Глазьев С.Ю., Экономическая теория технического развития. Наука; М., 2008
4. Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли. Пер. с англ. - СПб: Питер, 2009.
5. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2009
6. Торговое дело: экономика и организация: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2006.

Дисциплина «Организация торговой деятельности»

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. 2012
2. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник - М: ИНРА-М, 2012
3. Правило торговли – М.: Главбух, 2010.
4. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб. пособие / Ф.Г. Панкратов и др. 2012.
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, 2010.
7. Торговое законодательство Российской Федерации – М.: «Издательство ПРИОР», 1999

Дополнительная литература

1. Аванесов Ю.А., Ключко А.Н., Васькин Е.В. Основы коммерции на рынке товаров и услуг. - М.: ТОО «Люкс арт», 2012
2. Ващекин Н.П. Моделирование коммерческой деятельности

- предприятий оптовой торговли: Автореф. дис....к.э.н. / Моск. гос. ун-т коммерции. - М.: 2010, - 25 с.
3. Введение в рыночную экономику: Учеб. пособие для экон. спец. вузов /А. Я. Лившица, И.Н. Никулиной, О.А. Груздева и др.; Под ред. А.Я. Лившица, И.Н. Никулиной. - М.: Высш. шк., 1994.
 4. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. - М.: Международные отношения, 1996.
 5. Даненбург В. И др. Основы оптовой торговли. Практический курс, Спб.: «Нева-Ладога-Онега», 1993.
 6. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке. - Екатеринбург: РИФ «Солярис», 1995.
 7. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. -М.: Прогресс, 1993.
 8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
 9. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2012
 10. Проблемы торговли: управление, маркетинг, финансовый анализ: Сб. научных трудов / Под ред. В.Ф. Егорова; Санкт-Петерб. торгово-экономический институт, Спб, 2008
 11. Райзберг Б.А. Рыночная экономика. Учебное пособие. - М.: Ред. журн. «Деловая жизнь», 2005
 12. Риски в современном бизнесе/ П.Г. Грабовый, С.Н. Петрова, СИ. Полтавцева и др. - М.: «Алане», 2004
 13. Романов А.Н., Лукасевич И.Я. Оценка коммерческой деятельности
 14. Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под. общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. -М.: ИНФРА-Маша2007

Дисциплина «Коммерческая логистика»

1. Концепция, метод и функции логистики. Прогнозирование требований к логистике. Стратегия и планирование в коммерческой логистики. 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 логистики.

3. Особенности логистики в отраслевых сферах

Основная литература