

Министерство сельского хозяйства РФ

ФГБОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный  
аграрный университет имени В.М. Кокова»



«Утверждаю»  
Проректор по УВР  
проф. Р.Х. Кудиев  
«15» \_\_\_\_\_ 2014г.

## ПРОГРАММА

**вступительных испытаний в магистратуру  
по направлению 38.04.06 – «Торговое дело»**

**Магистерская программа  
«Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»**

**Квалификация выпускника «магистр»**

Нальчик – 2014

## Содержание

	Стр.
1. Общие положения, регламентирующие порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.06–Торговое дело, программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг», 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 ГОС ВПО к уровню подготовки бакалавров, необходимому для освоения программы магистров.

Бакалавр Торговое дело 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 ГОС 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 ГОС, необходимым для обучения в магистратуре. Для объективного установления этого в программу вступительных испытаний в магистратуру включаются вопросы по всем дисциплинам федерального компонента ГОС 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 товароборота, закономерности развития. Товарное обеспечение товароборота, 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», 2009 г.
2. Бланк И.А. Управление торговым предприятием М.; ТАНДЕМ, 2008г
3. Экономика торгового предприятия. Учебник под редакцией А.И. Гребнева. М.; Экономика, 2009 г.
4. Э.С. Хазанович. Экономика предприятия. Учебное пособие Тула 2010 г. (гриф УМО по коммерции)
5. Экономика фирмы: / Учеб. пособие под ред. И.О. Волкова, В.К. Скляренко.- 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 Минторгом РФ 20.04.95 № 1-550/32-2).
4. Гост Р 51303-99 Торговля. Термины и определения. Издается с грифом Министерства образования и науки 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 1998г. №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
11. Д.Л. Щур. Основы торговли. Оптовая торговля. М.; «ДИС» 2010 г.
12. Д.Л. Щур, Л.В.Труханович. Основы торговли. Розничная торговля. М.; «ДИС» 2011 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», 2009.
2. Романов А.Н., Красильников С.А. и др. Маркетинг: Учебник / под ред. Романова А.Н.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2009.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. маркетинг.-М.: «Экономика», 2009.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер.с англ. Б.Б.Боброва. Общ.ред. Е.М.Пеньковский-Спб.: АО «Корунд», АОЗТ «Литера плюс», 2010.

## Дополнительная литература

1. Губков Е.П.Маркетинговые исследования. - М.: Финпресс, 2008.
2. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.Центр экономики и маркетинга, 2010
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, 2009.
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», 2012

## *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, организация 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, 2007.
2. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Практикум: Учеб.пособие для вузов.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010.
3. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов.-4-е изд. перераб. и доп.-М.: «Маркетинг», 2009.
4. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб.пособие./ Ф.Г.Панкратов и др.-М.: Маркетинг, 2010.
5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник.-М.: ИНФРА-М, 2011.

### **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, 2010.
4. Щербаков В.В., Парфенов А.В., Пасада Н.И. Эволюция форм и методов торгового посредничества в дореволюционной России.-СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 2011.

### ***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, 2008.
2. Николаева М.А. товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. – М.: Норма, 2007.
3. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2010.
4. Николаева М.А. Товарная экспертиза. – М.: Деловая литература, 2010.
5. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных) – М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2011.

### **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 17.04.99 г.; «О сертификации продукции и услуг» от 10.06.93 г. (в редакции Федерального закона от 31.07.98)
2. Гордиенко А.Б. и др. Товароведение пищевых продуктов. Издание 4-е – М.: Экономика, 2010.
3. Красовский П.А. товар и его экспертиза. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2010.

### ***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. 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.
3. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Коммерция и технология торговли. Учебник для вузов. М., ИВЦ «Маркетинг», 2010.
4. Маркетинг: Учебник-практикум/ Под ред. Н.П. Ващекина. - М.: ИГУК, 2010.

### Дополнительная литература

1. Адам С. Профессиональные продажи и коммерческие переговоры: Пер. с англ. - Мн.: Амалфея, 2008.
2. Арустамов Э.А., Оборудование предприятий (торговли). Учеб. пособие. М. «Дашков и Ко», 2010
3. Глазьев С.Ю., Экономическая теория технического развития. Наука; М., 2010
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, 2012.
7. Концепция развития внутренней торговли товарами народного потребления, М., Министерство торговли РФ, 2012.

### *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 пред-

приятных 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., 2010

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

3. Правило торговли – М.: Главбух, 2009.

4. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб. пособие / Ф.Г. Панкратов и др. 2008.

5. Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу. Изд. офиц. ГОСТ Р 51305-1999. Дата введения 01.01.2000 г.- М.; Госстандарт России, 2010

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», 2010

### **Дополнительная литература**

1. Аванесов Ю.А., Клочко А.Н., Васькин Е.В. Основы коммерции на рынке товаров и услуг. - М.: ТОО «Люкс арт», 2009.

2. Ващекин Н.П. Моделирование коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли: Автореф. дис....к.э.н. / Моск. гос. ун-т коммерции. - М.: 2006, - 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., 2006.

4. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. - М.: Международные отношения, 2006.

5. Даненбург В. И др. Основы оптовой торговли. Практический курс, Спб.: «Нева-Ладога-Онега», 2009.

6. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке. - Екатеринбург: РИФ «Солярис», 2010.

7. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. -М.: Прогресс, 2003.
8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010.
9. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010.
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», 2010.
12. Риски в современном бизнесе/ П.Г. Грабовый, С.Н. Петрова, СИ. Полтавцева и др. - М.: «Алане», 2011.
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-Маша, 2011.
15. Фатрелл Ч. Основы торговли. - М.: Довгань, 2009.
16. Шандезон Ш., ЛансестрА. Методы продажи. -М.: Изд. Группа «Прогресс-Ун и вер с», 2011.

### *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**

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 К<sup>0</sup>», 2009.
2. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>0</sup>», 2010.
3. Новиков О.А., Уваров С.А. Логистика: Учебное пособие. – СПб.: Изд.дом «Бизнес-пресса», 2009.

4. Практикум по логистике: Учебное пособие / Под ред. Б.А.Аникина.- М.: ИНФРА-М, 2009.

### Дополнительная литература

1. Внешнеторговые операции и логистика: Учебное пособие / Под ред. Нико-лаева Д.С. и др. – М.: АНКИЛ, 2008.

2. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – М.: Изд. дом «Дашков и К<sup>0</sup>», 2009.

13.Козловский В.А., Кобзев В.В., Савруков Н.Т. Логистика: Конспект лекций. – СПб.: Политехника, 2009.

14.Линдерс М.Р., Фирон Х.Е. Управление снабжением и запасами. Логистика / Пер. с англ. – СПб.: ООО «Виктория плюс», 2008.

27.Основы логистики: Учебное пособие / Под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2009.

28.Плоткин Б.К. Введение в коммерцию и коммерческую логистику: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.

29.Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 2011.

30.Уваров С.А. Логистика: общая концепция, теория, практика.- СПб.: Инвест – НП, 2010.

**И.о. декана факультета  
Товароведения и коммерции,  
доцент**

**Зав кафедрой Коммерции,  
профессор**



**Т.Х. Тлупов**

**Х.Л.Боготов**