

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ФГББОУ ВО Кабардино-
Балкарский ГАУ
З.Л. Шагапсоев
«19» *сентября* 2026 г.

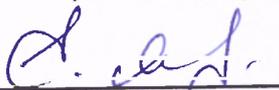


**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В
МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.04.06 «Торговое дело»**

Нальчик – 2026 г.

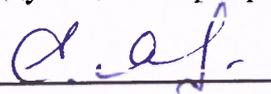
Разработчики:

Заведующий кафедрой «Товароведение, туризм и право»

 к.э.н., доцент Яицкая Е.А.

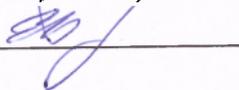
Согласовано:

Заведующий кафедрой «Товароведение, туризм и право»

 к.э.н., доцент Яицкая Е.А.

Согласовано:

Начальник УП и РК

 Е.А. Полищук

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка
2. Содержание программы
3. Рекомендуемая литература (основная и дополнительная)

1. Пояснительная записка

Вступительные испытания по направлению 38.04.06 – Торговое дело по программе «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» проводятся для лиц, желающих освоить программу специализированной подготовки магистра по данному направлению.

Цель вступительных испытаний заключается в определении уровня общей личностной культуры, профессиональной компетентности и готовности к освоению программы специализированной подготовки магистра в области фундаментальных экономических дисциплин лиц, поступающих в магистратуру.

Поступающий в магистратуру должен продемонстрировать:

- понимание классических и современных теорий, имеющих прикладную значимость в организации коммерческой торговли;

- умение свободно обращаться с категориальным аппаратом экономических наук и знание понятий, категорий и законов в сфере коммерции, ассортиментных, квалиметрических, количественных характеристик товаров, субъектов и договоров в профессиональной деятельности, организационно-правовых форм юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;

- умение выявлять проблемы деятельности субъектов коммерческой деятельности и предлагать способы их решения, использовать методики расчета важнейших экономических показателей и коэффициентов, свободно ориентироваться и с сознанием дела использовать учебную, научную, справочную литературу;

- умения и навыки организации маркетинговой деятельности и оценки ее эффективности, владение методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей;

- знание принципов и методов информационного обеспечения маркетинга (проведения маркетинговых исследований, в том числе сбора, обработки и анализа маркетинговой и иной необходимой информации);

- умение работать с текстами действующих федеральных законов, нормативных и технических документов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Вступительные испытания в магистратуру должны позволить оценить:

- уровень овладения основными понятиями базовых дисциплин;
- уровень готовности поступающего к научно-исследовательской работе;
- уровень овладения основными методами исследовательской работы;
- знание объективных тенденций развития торговой сферы, экономики, науки.

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки магистра, должны иметь высшее профессиональное образование определенной ступени, подтвержденное документом государственного образца.

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки магистра по данному направлению и имеющие высшее профессиональное образование, допускаются к конкурсу по результатам вступительных испытаний.

Программа составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по программе бакалавриата 38.03.06 Торговое дело.

Магистр по направлению подготовки 38.04.06 – Торговое дело должен быть подготовлен к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- научно-исследовательский;
- аналитический;
- организационно-управленческий.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

01 Образование (в сферах: профессионального обучения, профессионального образования, дополнительного образования; научных исследований в области торговли);

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.)

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2. Содержание программы

1. Бизнес и предпринимательство

1. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства. Классификация субъектов предпринимательской деятельности. Признаки предпринимательской деятельности. Принципы предпринимательской деятельности. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя. Бизнес и предпринимательство.

2. Деловая среда предпринимательства Управление организационной системой. Анализ деловой среды. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.

3. Предпринимательская идея и ее выбор. Методы оценки новых идей. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя. Моделирование отличий товара, лежащего в основе деловой идеи.

4. Принятие предпринимательского решения. Типы предпринимательских решений. Экономические методы принятия предпринимательских решений.

2. 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. Оценки и контроль маркетинга. Организация маркетинговых служб. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

3. 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 ставка товаров: формирование и планирование товарных запасов.

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

4. Организация предпринимательской деятельности

1. Основы предпринимательской деятельности. Сущность и основание черты предпринимательской деятельности. Виды и технология предпринимательской деятельности. Предпринимательский риск

2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Хозяйственные товарищества. Хозяйственные общества. Акционерные общества. Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Объединение предпринимательских организаций. Индивидуальное предпринимательство

3. Создание собственного дела. Общие вопросы создания собственного дела. Некоторые формы создания собственного дела. Государственная регистрация организации. Лицензирование деятельности организации

4. Прекращение деятельности организации. Формы реорганизации организации. Ликвидация юридического лица. Несостоятельность (банкротство) организаций.

5. 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.

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.

6. Маркетинговые коммуникации

1. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Сущность коммуникации. Особенности сложных систем применительно к маркетинговым коммуникациям. Виды коммуникационных моделей. Структура основных элементов коммуникационной модели. Виды коммуникаций. Коммуникационные системы. Функции коммуникаций.

2. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Рынок маркетинговых коммуникаций. Этапы развития маркетинговых коммуникаций. Понятие и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Цели, принципы ИМК. Причины создания ИМК.

3. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта. Преимущества и недостатки стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Типы стимулирования сбыта. Стратегии стимулирования сбыта. Формы стимулирования сбыта в торговле. Финансовые льготы и льготы в натуральном выражении.

7. Торговое дело

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.)

8. «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

Вопросы на вступительный экзамен

1. Значение и место торговли в современной экономике.
2. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства.
3. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя.
4. Бизнес и предпринимательство.
5. Деловая среда предпринимательства
6. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.
7. Предпринимательская идея и ее выбор.
8. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя.
9. Принятие предпринимательского решения.
10. Экономические методы принятия предпринимательских решений.
11. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга.
12. Маркетинговая среда и ее структура.
13. Маркетинговые исследования.
14. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.
15. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.
16. Коммерческая деятельность. Понятие. Объекты и субъекты.
17. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности, методы исследования

18. Хозяйственные связи и их роль в осуществлении коммерческой деятельности.
19. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных рынков, выбор товаров.
20. Составляющие коммерческой деятельности: формирование ассортимента, определение объемов закупок и продаж товаров.
21. Составляющие коммерческой деятельности: проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи
22. Составляющие коммерческой деятельности: коммерческие взаиморасчеты, формирование и планирование товарных запасов.
23. Государственное регулирование коммерческой деятельности предприятий
24. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности.
25. Результаты коммерческой деятельности
26. Предпринимательский риск
27. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
28. Создание собственного дела. Общие вопросы создания собственного дела.
29. Прекращение деятельности организации.
30. Товароведение: основные понятия, цели и задачи.
31. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения.
32. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления.
33. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.
34. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения.
35. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, хранение.
36. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.
37. Экспертиза: понятие, цели и задачи.
38. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы.
39. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Виды коммуникаций.
40. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.

41. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта.
42. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
43. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности.
44. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий.
45. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи, сервисного обслуживания в предприятиях
46. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.
47. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг и др.)
48. Концепция, метод и функции логистики. Логистика закупок, логистика оптовых продаж.
49. Система хранения и складской обработки.
50. Сервис в коммерческой логистике. Особенности логистики в отраслевых сферах

3. Рекомендуемая литература

Основная литература:

Коммерческая деятельность

1. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 272 с.
2. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов. - 13-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация [Дашков и К°, 2017. - 500 с.
3. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13- изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.

Логистика

1. Аникин, Б. А. Логистика / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина [и др.]. - Москва: Проспект, 2015. - 406 с.
2. Гаджинский, А. М. Логистика / А. М. Гаджинский. - 21-е изд. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 419 с.
3. Левкин, Г. Г. Коммерческая логистика / Г. Г. Левкин. - 3-е изд. - М. Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 200 с.
4. Логистика [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.М. Мочалин. - М. Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 168 с.
6. Федоров, Л. С. Общий курс логистики: учебное пособие для студ. экон. вузов / Л. С. Федоров, М. В. Кравченко. - М. : КНОРУС, 2014. - 220 с.

Маркетинг в сфере услуг

1. Синяева, И. М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2017. - 252 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация Дашков и Ко, 2016. - 446 с.
3. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум / ред.: И. В. Липсиц, О. К. Ойнер. - Москва : Юрайт, 2017. - 379 с.
4. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум / ред. Н. Н. Молчанов. - Москва : Юрайт, 2017. - 257 с.
5. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум / ред. Н. Н. Молчанов. - Москва : Юрайт, 2017. - 275 с.

6. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2016. - 521 с.

7. Пашкус, Н.А.. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус. - Москва : Юрайт, 2016. - 225 с.

8. Управление маркетингом: учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с.

9. Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учебное пособие / Г.А. Васильев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 192 с.

13. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т.Н. Парамонова. - Москва : Издательско-торговая корпорация [Дашков и К°, 2016. - 283 с.

Менеджмент в сфере услуг

1. Николайчук, В. Е. Логистический менеджмент: учебник / В.Е. Николайчук. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2017. - 980 с.

2. Орехов, С. А. Корпоративный менеджмент: учебное пособие / С.А. Орехов. - 4-е изд., перераб. - Москва: Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2017. - 440 с.

3. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для акад. бакалавриата / ННГУ ; ред.: В. А. Антоненц, Б. И. Бедный. - 2-е изд., испр. и доп. - [Б. м.] : ЮРАЙТ, 2017. - 302 с.

4. Стратегический менеджмент: учебник / П.А. Михненко. - Москва : Университет Синергия, 2017. - 305 с.

5. Юкаева, В. С. Менеджмент: краткий курс / В.С. Юкаева. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2016. - 104 с.

6. Блинов, А. О. Теория менеджмента: учебник / А.О. Блинов. - Москва : Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2016. - 304 с.

7. Маслова, Е. Л. Менеджмент: учебник / Е.Л. Маслова. - Москва : Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2016. - 333 с.

8. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 623 с.

9. Основы менеджмента: учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 271 с.

Дополнительная литература

1. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум / А. В. Алексеев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 259 с.
2. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2017. - 456 с.
3. Менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Е. В. Песоцкая [и др.] ; ред. А. Н. Петров. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - Ч.1. - 2016. - 349 с.
4. Менеджмент: учебник для бакалавриата / Е. В. Песоцкая [и др.] ; С.-Петербург. гос. экон. ун-т. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - Ч. 2. - 2016. - 299 с.
5. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Высш. шк. экономики ; ред.: И. В. Липсиц, О. К. Ойнер. - Москва : Юрайт, 2017. - 377 с.
6. Базиков, А. А. Маркетинг и логистика в структуре разделов экономики: учебное пособие / А.А. Базиков. - Изд. 3-е, стер. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 360 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru>
2. <http://www.rtpress.ru>
3. <http://www.garant.ru>
4. <http://docs.cntd.ru/document/gost-7442-2002>
5. <http://www.consultant.ru>