

УТВЕРЖЕНО

Председатель Приемной комиссии ТОГУ

С.Н. Иванченко

«30» октября 2020г.

ПРОГРАММА

вступительного испытания «Экзамен по направлению» для поступающих на обучение по программе магистратуры по направлению: 38.04.06. «Торговое дело»

1. Общие положения

Вступительное испытание состоит из написания эссе и предоставления (по желанию поступающего) документов, подтверждающих получение результатов индивидуальных достижений в образовательной и научно-исследовательской деятельности (далее – портфолио). Дипломы, сертификаты и иные официальные документы предоставляются в четко читаемых копиях, при необходимости с переводом на русский язык.

Письменная работа представляет собой небольшое научно-исследовательское эссе по профилю направления подготовки.

Письменная работа (эссе) включает в себя письменные ответы на два вопроса (перечень примерных вопросов приведен ниже). Один из вопросов поступающий выбирает самостоятельно, второй – определяется председателем экзаменационной комиссии.

Помимо ответов на письменные вопросы, поступающий должен сформулировать и написать примерную тему (направление) своих будущих научных исследований.

Задачами, поступающего при написании письменной работы являются:

- представление аргументации собственной позиции по вопросам организации управления коммерческой деятельностью предприятий, отраслей и комплексов;
- раскрытие причин выбора образовательной программы, область профессиональных интересов, описание перспектив развития в профессиональной сфере;
- демонстрация полученных образовательных и профессиональных компетенций.

Требования к оформлению письменной работы:

- объем теоретической части эссе – не более 3 страниц;
- формат листа – А4;
- шрифт – TimesNewRoman;

- размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5, выравнивание текста по ширине;
- размеры полей страницы: верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм; левое – 30 мм; правое – 10 мм.

2. Вопросы для подготовки к вступительным испытаниям по программе (при условии наличия практической части):

1. Сущность и задачи производственной логистики. Характеристика производственной системы.
2. Основные аспекты распределительной логистики.
3. Сущность и задачи транспортной логистики.
4. Функции складов в коммерческой логистике.
5. Информационные системы и их виды в логистике. Функции логистической информационной системы.
6. Классификация запасов на всех стадиях материального потока.
7. Транспортные запасы.
8. Товарные запасы: сущность, назначение и структура.
9. Сезонные запасы.
10. Определение оптимального размера заказываемой партии.
11. Алгоритм формирования комплекса маркетинговых коммуникаций при продвижении конкретной марки товара на рынке.
12. Модель рекламного процесса в народном хозяйстве.
13. Цель, функции и задачи рекламы.
14. Логика рекламной работы фирмы-рекламодателя.
15. Средства рекламы, их выбор.
16. Маркетинговое продвижение, комплекс маркетинговых коммуникаций фирмы.
17. Назначение, состав и структура основных фондов торгового предприятия.
18. Источники поступления и выбытия основных фондов. Виды износа и амортизации основных фондов.
19. Показатели эффективности использования основных фондов в сфере коммерции.
20. Назначение, состав и структура оборотных средств торгового предприятия.
21. Определение потребности в оборотных средствах торгового предприятия. Факторы ее определяющие.
22. Показатели эффективности использования оборотных средств торгового предприятия. Пути ускорения их оборачиваемости.
23. Особенности организации труда на торговых предприятиях. Организация оплаты труда в сфере коммерции.
24. Товарооборот торгового предприятия: понятие, значение, состав и структура. Показатели, характеризующие данную экономическую категорию.
25. Экономическая сущность затрат в сфере коммерции. Состав и структура затрат торгового предприятия.
26. Виды, источники и показатели, характеризующие доходы торгового

предприятия.

27. Сущность, виды и направления использования прибыли торгового предприятия.

28. Показатели, характеризующие эффективность деятельности торгового предприятия.

29. Концепции управления предприятием.

30. Сущность потребительских рынков и классификация потребительских товаров.

31. Сущность и основные понятия сегментирования рынка, виды сегментирования.

32. Фирменный стиль и его составные части.

33. Товарная марка и ее составные части. Комплекс решений о переводе товара в разряд марочных.

34. Стратегия (этапы) разработки новых товаров.

35. Жизненный цикл товара.

36. Природа и функции каналов распределения.

37. Конкурентное преимущество фирмы и его виды.

38. Товарная биржа: понятие, функции и отличительные черты.

39. Виды биржевых сделок.

40. Участники биржевых торгов.

41. Структурное построение отдела снабжения предприятия.

42. Сущность и содержание планирования коммерческой деятельности по обеспечению производства материальными ресурсами.

43. Классификация потребностей предприятия в материальных ресурсах.

44. Методы определения потребности в материальных ресурсах.

45. Лимитирование обеспечения подразделений предприятия материальными ресурсами.

46. Классификация лимитных документов на отпуск материалов в производство.

47. Порядок оформления выдачи материалов в производство.

48. Порядок транспортировки материальных ресурсов в подразделения предприятия.

49. Планирование и организация сбыта готовой продукции на предприятии.

50. Организация торговли на аукционах и торгах.

51. Понятие рынка и рыночной среды.

52. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.

53. Методы управления в коммерческой деятельности.

54. Сущность оптовой продажи товаров и ее основные методы.

55. Сущность, цель и задачи розничной торговли.

56. Функции розничной торговли как отрасли и функции розничного торгового предприятия.

57. Основные признаки классификации розничных торговых предприятий.

58. Основные форматы розничных торговых предприятий, входящих в торговые сети.

3.Список рекомендуемой литературы:

1. Логистика производства: учеб. пособие / В. И. Степанов. – М.: Изд-во Проспект, 2012. – 200 с.
2. Логистика: учебник / В. В. Дыбская. – М.: ЭКСМО, 2012. – 559 с.
3. Коммерческая логистика: учебное пособие / М. М. Третьяков, Н. А. Хальзова. – Хаб.: ХГТУ, 2002. – 202 с.
4. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А. Н. Стерлигова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 430 с.
5. Управление запасами на предприятии: учеб пособие / В. Н. Дородников. – Новосибирск: НГАЭиУ, 2008. – 344 с.
6. Теория управления запасами: учеб. пособие / М. М. Третьяков, Н. А. Хальзова. – Хабаровск: изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015 – 99 с.
7. Инновационные маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / А. Н. Король. – Хабаровск: изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2013. – 120 с.
8. Рекламная деятельность: учеб. пособие / А. Н. Король. – Хабаровск: изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2011. – 139 с.
9. Экономика торгового предприятия: учебное пособие / Н. В. Андрианова, А. С. Зимин, М. М. Третьяков; под ред. М. М. Третьякова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015. - 199 с.
10. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб. : Питер, 2012. – 560 с.
11. Ивашкин, М. В. Маркетинговое управление : учеб. пособие / М. В. Ивашкин. – Хабаровск: Изд-во Хабар. гос. техн. ун-та, 2002. – 84 с.
12. Ивашкин, М. В. Операционный маркетинг на предприятиях торговли : учеб. пособие / М. В. Бурик, М. В. Ивашкин. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2007. – 76 с.
13. Ивашкин, М. В. Маркетинговое управление фирмой : учеб. пособие / М. В. Ивашкин. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2012. – 102 с.
14. Биржевой механизм: учеб. пособие / М. М. Третьяков. - Хабаровск: Изд-во Хабар. гос. техн. ун-та, 2003. - 115 с.
15. Андреев Е. С. Организация коммерческой деятельности предприятий: учеб. пособие / Е. С. Андреев, С. И. Сидоренко. – Хабаровск: изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015. – 150 с.
16. Синяева И. М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения: учебник / И. М. Синяева. – 3-е изд.: перер. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 368 с.
17. Андреев Е. С. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / Е. С. Андреев. – Хабаровск: изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2011. – 59 с.
18. Осипова Л. В. Коммерческая деятельность на промышленном предприятии: учебник / Л. В. Осипова. – 3-е изд.: перев. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 255 с.
19. Васильева, Гаврилова Л. Д., Дегтярева О.И. Международное торговое дело: учебник для вузов. – Москва: Магистр, 2012.
20. Иванов, Лебедева И.С., Панкина Т.С. Управление торговой организацией: учебник для вузов. – Москва, Форум, 2013.

Критерии оценивания письменной работы:

Критерии	Количество баллов
аргументированное обоснование выбора образовательной программы, актуальность выбранной темы (проекта), понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета	0-10
владение предметом исследования, понятийным аппаратом, терминологией	0-15
наличие авторского подхода к разрешению поставленной проблемы, наличие описаний теоретических и практических разработок автора	0-20
структура, логика, грамотность, речевая культура изложения	0-10
ссылки на использованные источники	0-5
общий уровень культуры	0-10
ИТОГО	не более 70

Минимальное количество баллов, подтверждающих успешное прохождение вступительного испытания – 50 баллов, максимальное количество конкурсных баллов – 100, в том числе: максимальное количество баллов за письменную работу (эссе) – 70, максимальное количество баллов за портфолио – 30.