

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»
Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

И.Б. Береговая, О.М. Калиева

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Оренбург
2018

УДК 378.016:339.3(076.5)

ББК 65.42я7+74.48я7

Б 48

Рецензент – кандидат экономических наук, доцент О.А. Тисенкова

Береговая, И.Б.

Б48

Государственный экзамен: методические указания / И.Б. Береговая, О.М. Калиева; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018.

В методических указаниях для обучающихся по подготовке к Государственному экзамену представлено содержание дисциплин, вынесенных на Государственный экзамен, методические рекомендации по подготовке к нему, примерные вопросы Государственного экзамена, систематизированные по дисциплинам, рекомендуемая литература.

Методические указания для обучающихся по подготовке к Государственному экзамену могут быть полезны для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело (профили «Общий профиль», «Коммерция») всех форм обучения, преподавателям, осуществляющим ведение занятий по дисциплинам, вынесенным на Государственный экзамен, участвующим в приеме Государственного экзамена.

УДК 378.016:339.3(076.5)

ББК 65.42я7+74.48я7

© Береговая И. Б.,
Калиева О.М., 2018

© ОГУ, 2018

Содержание

Введение	4
1 Рекомендации по изучению разделов дисциплины	7
1.1 Содержание дисциплин, выносимых на Государственный экзамен	7
2 Методологические рекомендации по самостоятельной подготовке и организации Государственного экзамена.....	39
2.1 Подготовка к Государственному экзамену.....	39
2.2 Организация Государственного экзамена	40
3 Перечень рекомендуемых источников для подготовки к Государственному экзамену.....	43
4 Вопросы для самостоятельной оценки знаний	46
4.1 Примерные вопросы к Государственному экзамену	46
Список использованных источников	75

Введение

Целью подготовки и сдачи Государственного экзамена (ГЭК) является установление соответствия результатов освоения обучающимися Основной образовательной программы, разработанной в Оренбургском государственном университете соответствующим требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и оценки уровня подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Процесс подготовки к сдаче ГЭК направлен на развитие следующих результатов обучения:

- ОК-2 - способности использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- ПК-1 - способности управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;
- ПК-2 - способности осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;
- ПК-3 - готовности к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-10 - способности проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;
- ПК-11 - способности участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- ПК-12 - способности разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
- ПК-13 - готовности участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);
- ПК-14 - способности прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

Процесс подготовки к сдаче ГЭК бакалаврами направления 38.06.03 Торговое дело предполагает углубленный контроль содержания следующих дисциплин «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Инновации в коммерческой деятельности», «Технология и проектирование предприятий торговли», «Товароведение продовольственных товаров», «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров», «Мерчандайзинг», «Маркетинговые исследования», «Предпринимательская деятельность», «Управление коммерческими проектами», «Современные технологии торговли».

Включённые в методические указания вопросы и задания, распределены по дисциплинам. Самостоятельная работа направлена на углубление теоретических основ дисциплин, соответствующих принципов и методов, используемых для решения конкретных задач. При выполнении заданий необходимо умение применять теорию и пользоваться инструментарием соответствующих учебных дисциплин. При ответах на вопросы по дисциплинам происходит закрепление знаний теоретических основ.

Методические указания составлены в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки бакалавров направления 38.06.03 Торговое дело, СТО 02069024.110-2008 «Издания для образовательного процесса. Общие требования и правила оформления».

Методические указания для обучающихся по подготовке к ГЭК могут быть полезны для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело (профили «Общий профиль», «Коммерция») всех форм обучения, преподавателям,

осуществляющим ведение занятий по дисциплинам, вынесенным на ГЭК, членам Государственной комиссии, участвующим в приеме ГЭК.

1 Рекомендации по изучению разделов дисциплины

1.1 Содержание дисциплин, выносимых на Государственный экзамен

Дисциплина 1 Маркетинг

Современная концепция маркетинга. Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга. Основные понятия маркетинга. Основные цели, задачи, функции и принципы маркетинга. Роль и значение маркетинга в деятельности предприятия. Эволюция концепций управления на предприятии. Холистический маркетинг и его применение. Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности.

Анализ маркетинговой деятельности и маркетинговой среды предприятия. Составляющие системы маркетинговой деятельности. Организация службы маркетинга на предприятии. Маркетинговая среда предприятия. Методы анализа маркетинговой среды. Разработка комплекса маркетинга на предприятии. Управление маркетинговой деятельностью на предприятии.

Товар в системе маркетинга. Маркетинговое понимание товара. Классификация товаров в маркетинге. Товарная политика и товарный ассортимент. Потребительские свойства товаров. Конкурентоспособность товара. Этапы жизненного цикла товаров. Разработка нового товара в маркетинге. Рыночная атрибутика товаров. Понятие позиционирования товара на рынке. Процесс позиционирования товара. Перепозиционирование.

Рынок как экономическая категория и объект исследования в маркетинге. Понятие рынка, его структура, функции. Рыночная сегментация и ее цели. Критерии сегментации рынка. Признаки сегментации рынка. Стратегии охвата рынка. Выбор стратегии охвата рынка. Рыночные ниши.

Изучение поведения потребителей в маркетинге. Модель поведения

покупателей на потребительском рынке. Понятие потребительского поведения. Характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Типы покупателей при принятии решения о покупке. Факторы, влияющие на потребительское поведение.

Маркетинговый подход к ценообразованию. Цена как элемент в комплексе маркетинга. Классификация цен. Функции цены. Структура и состав цены. Этапы ценообразования. Цели ценообразования. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования. Методы установления цены. Стратегии ценообразования. Процесс управления ценами на предприятии.

Распределение товаров в маркетинге. Роль сбыта в маркетинге. Цели и функции каналов распределения. Классификация посреднических организаций. Традиционные каналы распределения. Новые формы каналов распределения: вертикальные, горизонтальные и комбинированные маркетинговые системы. Разработка структуры распределения в маркетинге. Оптовая и розничная торговля.

Система продвижения товаров в маркетинге. Состав и процесс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз, личные продажи. Реклама: цели, задачи, функции, средства распространения рекламной информации, методы формирования бюджета. Паблик рилейшнз: цель, задачи, принципы, функции. Стимулирование сбыта: сущность, направления, методы. Личные продажи: сущность, формы, процесс. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии.

Информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинговая информационная система (МИС) и её роль на предприятии. Понятие ИТ. Определение Интернет-маркетинга. Маркетинговые программные продукты. Сравнительный анализ наиболее популярных программ: Касатка; Бест-маркетинг; Маркетинг Эксперт; Marketing Analitic. CRM-системы.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9729-

0178-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468> (16.01.2018).

2 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086> (16.01.2018).

3 Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>(16.01.2018).

4 Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (16.01.2018).

5 Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637> (16.01.2018).

Дисциплина 2 Коммерческая деятельность

Сущность и основные понятия коммерческой деятельности. Предпосылки становления, формирования и развития коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики. Основные определения понятий «коммерческая деятельность», «предпринимательство», «бизнес» их общность и различия. Народнохозяйственное значение коммерческой деятельности. Эволюция коммерции в России и за рубежом. Состояние и тенденции развития торговли в условиях глобализации.

Предмет и метод дисциплины «Коммерческая деятельность». Цели, задачи, предмет дисциплины «Коммерческая деятельность». Межпредметные связи коммерческой деятельности. Роль и место дисциплины в профессиональном цикле дисциплин. Коммерческая деятельность и ее связь с маркетингом. Активизация коммерческой работы фирмы под влиянием маркетинга. Опыт коммерческой деятельности с использованием маркетинга в торговле зарубежных стран. Системный метод изучения дисциплины.

Цели, задачи, принципы и функции коммерческой деятельности. Определение целей и задач коммерческой деятельности с позиции государства, товаропроизводителей, торговых предприятий и потребителей. Принципы, стратегия и функции коммерческой деятельности. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на результат коммерческой деятельности. Классификация методов исследования коммерческой деятельности: общенаучные и экономические.

Субъекты коммерческой деятельности. Субъекты коммерческой деятельности: юридические лица - коммерческие и некоммерческие организации, объединения коммерческих организаций, субъекты среднего и малого предпринимательства; физические лица - индивидуальные предприниматели. Организационно-правовые формы функционирования предприятий и участников коммерческой деятельности. Оценка личностных и деловых качеств коммерсанта, предпринимателя, бизнесмена. Адаптация к новым условиям хозяйствования. Профессиональные и деловые качества коммерсанта. Деловая этика: понятие и составляющие; нормы и правила;

деловой этикет; деловой протокол. Управление и мотивация труда персонала коммерческих служб. Формула успеха.

Объекты коммерческой деятельности. Объекты коммерческой деятельности. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности. Классификация товаров. Общие представления о недвижимости, работах, информационных технологиях, организациях и других объектах коммерческой деятельности (применительно к конкретной отрасли).

Услуги как объекты коммерческой деятельности: понятие, виды услуг – материальные (бытовое обслуживание, услуги торговли, общественного питания, складские, консультационные, информационные и др.) и нематериальные (социально- культурные). Назначение услуг, их влияние на уровень доходов организации.

Коммерческая деятельность на потребительском рынке. Условия, необходимые для развития коммерческой деятельности: правовая база, рынок, собственность. Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности: определение товарного рынка, его функции, факторы его развития и емкость. Конъюнктура рынка и ее оценка, методы исследования, источники информации. Определение спроса и предложения на товарных рынках, их емкости. Инфраструктура рынка товаров и услуг. Сферы применения коммерческой деятельности: отрасли материального производства и социально-культурной сферы, их структура и признаки. Содержание и способы осуществления коммерческой деятельности на потребительском рынке.

Оптовая торговля. Определение оптовой торговли. Сущность и функции оптовых организаций. Виды предприятий оптовой торговли. Задачи и содержание коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий.

Формирование ассортимента и управление закупками товаров. Понятие торгового ассортимента. Качественные и количественные характеристики ассортимента. Принципы формирования ассортимента. Оценочные модели ассортимента (АВС-анализ и XYZ-анализ продукции).

Управление закупками товаров. Закупки товаров, их назначение. Планирование объемов закупок товаров, организация и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия. Выбор источников закупок. Анализ и оценка возможностей поставщиков. Оптимальный размер заказа Документальное оформление закупок товаров. Контроль и учет поставок.

Формы и методы оптовой продажи. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования основных условий. Способы заключения договоров поставки и купли – продажи. Коммерческие взаиморасчеты. Деловая переписка. Транзитная и складская формы оптовой торговли.

Характеристика методов оптовых продаж. Оптовые рынки. Маркетинговые решения оптовика. Разработка комплекса маркетинга для оптового предприятия: ассортиментная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политики.

Розничное торговое предприятие – субъект коммерческой деятельности. Организация товародвижения: понятие, принципы, формы, организация и контроль. Сущность розничной торговли и ее функции, как завершающей стадии торгово-технологического процесса товародвижения. Характеристика и классификация предприятий розничной торговли. Понятие товарных запасов, их роль при формировании ассортимента в розничной торговле. Показатели, характеризующие товарные запасы. Управление товарными запасами.

Формы розничной продажи товаров. Технология продажи товаров при различных формах обслуживания. Магазинные формы продажи товаров, их краткая характеристика, основные элементы процесса продажи. Технология расчетов с покупателями, её специфика при каждой форме продаж. Внемагазинные формы торгового обслуживания: понятие, назначение, их характеристика. Организация процесса торгового обслуживания покупателей. Правила продажи товаров и управление обслуживанием покупателей в розничной торговле. Система основных показателей, характеризующих отдельные элементы уровня обслуживания покупателей в магазине.

Организация технологических процессов в розничном торговом предприятии. Особенности технологических планировок организаций торговли: требования к

устройству магазинов; состав и взаимосвязь помещений магазина; устройство и планировка торгового зала и помещений для приёмки, хранения и подготовки к продаже товаров; санитарно-технические условия магазина. Элементы технологического процесса в магазине: выгрузка товара, его приёмка по количеству и качеству, хранение, подготовка к продаже, выкладка и размещение. Управление технологическим процессом и организация труда в магазине. Автоматизация процессов продажи товаров.

Розничные торговые сети. Сущность и виды розничных торговых сетей. Система франчайзинга - путь расширения бизнеса: сущность франчайзинга; история развития франчайзинга; формы и виды франчайзинга; правовое регулирование франчайзинга в России.

Торгово-посреднические структуры. Коммерческие посредники на товарном рынке: виды услуг; биржи, аукционы, торговые дома, выставки, ярмарки. Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже. Организация торговли на аукционах. Понятие и виды аукционов. Торги как форма конкурентной торговли: понятия и значения торгов, их виды и условия проведения, организаторы и участники торгов. Современный российский аукционный рынок. Сущность и основные функции ярмарок.

Лизинговые операции в коммерческой деятельности. Сущность лизинга. ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)». Функции лизинга в экономике. Участники лизинговой сделки. Формы и виды лизинга. Экономическое содержание договора лизинга. Методика расчёта лизингового платежа. Лизинг персонала.

Государственное регулирование и регламентация оптовой и розничной торговли. Общие принципы и направления государственного регулирования коммерческой деятельности. Задачи государственного регулирования коммерческой деятельности. Государственное регулирование и регламентация оптовой торговли товарами разного назначения на федеральном, межрегиональном и региональном уровне. Меры по государственному регулированию и регламентации розничной торговли и улучшению торгового обслуживания. Государственное антимонопольное

регулирование коммерческой деятельности. Направления государственной поддержки малого бизнеса.

Эффективность коммерческой деятельности. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовой доход, издержки обращения и прибыль. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров. Эффективность коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 284 с. : табл. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02270-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452588> (16.01.2018).

2 Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 272 с. - ISBN 978-5-394-02186-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230049> (16.01.2018).

3 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с. : табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590>(16.01.2018).

Дисциплина 3 Инновации в коммерческой деятельности

Инновации в торговле. Основные черты инноваций, организация инновационного управления торговым предприятием, инновационные технологии производственной деятельности. Значение инноваций. Методология инновационных процессов. Функции и методы инновационного управления. Организация инновационной деятельности. Этапы инновационного управления.

Инновационный проект. Стадии разработки инновационного проекта. Источники финансирования инновационного проекта. Методы оценки инвестиционного проекта. Мероприятия и рекомендации по инновационному проекту.

Коммерческая деятельность и инновации. Зарубежный и отечественный опыт инновационного развития торговых организаций. Формирование конкурентных преимуществ. Факторы активизации инновационной деятельности предприятий торговли. Система качественных и количественных критериев комплексной оценки рисков инновационной деятельности торгового предприятия. Инновационный проект в торговле и методы оценки его эффективности.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Инвестиции и инновации : учебное пособие / В.Н. Щербаков, К.В. Балдин, А.В. Дубровский и др. ; под ред. В.Н. Щербакова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 658 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02730-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452565> (16.01.2018).

2 Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 272 с. - ISBN 978-5-394-02186-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230049> (16.01.2018).

Дисциплина 4 Технология и проектирование предприятий торговли

Торгово-технологический процесс и особенности его организации. Экономическая сущность торгового предприятия. Организационно – правовые формы торговых предприятий. Правовое регулирование торговли. Сущность и технологические операции товародвижения. Составляющие торгово-технологического процесса.

Организация и технология оптовой торговли. Назначение, функции и классификация предприятий оптовой торговли. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения. Сущность технологических операций оптовой торговли: технология закупки товаров; технология доставки, приемки, хранения товаров на складе оптовика; технология выполнения заказов и отгрузки товаров заказчику.

Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий. Классификация и функции розничных торговых предприятий. Специализация и типизация розничных торговых предприятий. Основные принципы размещения розничных торговых предприятий. Организация и технология завоза товаров на розничные торговые предприятия.

Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей. Классификация торговых зданий и сооружений и требования, предъявляемые к ним. Устройство и планировка торгового зала магазина. Торгово-технологическое оборудование магазинов. Организация и технология операций по поступлению товаров в магазин. Технология хранения и подготовки товаров к продаже. Размещение товаров в торговом зале. Услуги, оказываемые покупателям магазинами.

Проектирование и строительство предприятий торговли. Общие требования к проектированию предприятий торговли. Основные нормативы расчета и принципы размещения предприятий торговли. Организация проектирования предприятий торговли. Состав технической и рабочей документации. Техническое задание на

проектирование. Техничко-экономическое обоснование. Выбор площадки для строительства. Генеральный план предприятия. Организация капитального строительства и ремонта предприятий торговли.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать учебник:

1 Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. - 456 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02471-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375810\(16.01.2018\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375810(16.01.2018)).

Дисциплина 5 Товароведение продовольственных товаров

Теоретические основы товароведения. Содержание товароведения. Основные категории товароведения. Этапы становления товароведения. Связь товароведения с другими науками. Объекты товароведной оценки. Методические приемы рассмотрения и анализа товара как материального объекта. Основные методы анализа и оценки потребительной стоимости товара. Классификация продовольственного сырья. Становление рыночных отношений в России. Состояние рынка продовольственного сырья. Источники насыщения рынка товарами: отечественное производство и импорт. Перспективы развития рынка: поддержка отечественного производителя.

Состояние рынка продовольственного сырья. Качество пищевых продуктов, критерии, характеризующие качество продукции. Физиологическая ценность. Внешне потребительские достоинства. Технологическая ценность (функциональные свойства). Долговечность (сохраняемость, лежкость). Взаимосвязь качества продукции и химического состава пищевого сырья. Нутриенты. Макронутриенты –

углеводы, липиды, белки. Микронутриенты – витамины, минеральные соединения.

Энергетическая ценность пищевых продуктов

Экспертиза и сертификация продукции. Основные принципы организации товароведения. Виды оценочной деятельности. Товарная экспертиза. Потребительская оценка. Сертификация. Стандартизация. Методы оценки. Органы сертификации. Основные законодательные и нормативные акты, направленные на обеспечение безопасности продуктов питания народонаселения. Основные цели Системы сертификации. Распределение ответственности между участниками сертификации. Виды сертификации. Виды документов в области стандартизации. Виды стандартов.

Зерно и продукты его переработки. Производство зерна – главный критерий благосостояния государства, определяющий его продовольственную независимость. Использование различного вида зерна как сырья при выпуске муки, крупы, солода, крахмала, патоки. Морфологическое строение и химический состав пищевых злаков. Классификация зерна. Важнейшие зерновые культуры. Пшеница. Рожь. Ячмень. Рис. Кукуруза. Просо. Гречиха. Соя. Оценка качества зерна. Влажность, засоренность, зараженность вредителями хлебных запасов, натура, стекловидность, пленчатость. Количество и качество клейковины зерна пшеницы. Мука. Классификация муки. Качество муки. Пшеничная мука. Ржаная мука. Отруби. Другие виды муки.

Сочное сырье и продукты его переработки. Сочное сырье и продукты его переработки. Содержание воды в плодах и овощах. Виды сочной продукции, являющейся сырьем для отраслей АПК. Товарное качество, химический состав, пищевая ценность, пригодность к транспортированию, хранению и переработке. Клубнеплоды. Картофель. Морфофункциональная характеристика картофеля. Критерии классификации сортов картофеля. Топинамбур (земляная груша). Овощные культуры. Классификация овощных культур. Общая характеристика овощных культур – капусты, корнеплодов, луковых. Плодовые овощи. Бахчевые культуры. Бобовые овощные культуры. Прочие овощные культуры

Сахаристые продукты. Сахар. Виды сахара по органолептическим показателям. Предприятия пищевой промышленности, вырабатывающие сахар. Сахарозаменители. Крахмал и крахмалопродукты. Товарный крахмал. Крахмальная патока. Получение и применение крахмальной патоки. Пчелиный мед. Цветочный мед. Падевый мед. Сотовый мед. Центробежный мед. Гречишный мед. Липовый мед. Органолептические показатели меда. Кондитерские изделия. Классификация кондитерских изделий. Сахарные изделия. Органолептические показатели сахаристых продуктов. Карамель. Драже. Пастило-мармеладные изделия. Шоколад и какао-порошок. Классификация шоколада. Конфеты. Мучные кондитерские изделия. Печенье. Пряники. Вафли.

Вкусовые продукты. Состояние и перспективы развития рынка вкусовых продуктов. Классификация вкусовых продуктов. Использование вкусовых товаров в общественном питании. Алкогольные напитки. Классификация алкогольных напитков. Этиловый спирт, Водка. Ликероналивочные изделия. Виноградные вина. Коньяк. Пиво. Квас. Безалкогольные напитки. Минеральные воды. Соки плодово-ягодные. Газированные напитки. Чай. Кофе. Сравнительная товароведная характеристика алкогольных, слабоалкогольных, безалкогольных напитков, чая, кофе и их заменителей по ассортименту, пищевой ценности, химическому составу, упаковке, оценке качества, дефектам. Пряности и вкусовые приправы. Плодовые пряности. Семенные пряности. Листовые пряности. Корневые пряности. Цветочные и коровые пряности. Смеси пряностей. Готовые приправы. Поваренная соль. Глютамат натрия. Уксус. Хранение вкусовых товаров разных подгрупп. Условия и сроки хранения. Потери при хранении и реализации.

Молоко и молочные продукты. Состояние и перспективы развития рынка молочных товаров. Физиологические нормы потребления молочных продуктов. Виды технологической обработки молочной продукции. Классификация молочного ассортимента. Оценка качества молочных товаров. Сухое молоко. Технология переработки. Оценка качества сухого молока. Дефекты сухого молока. Кисломолочные продукты. Сметана, Творог. Вторичные молочные продукты. Сыры. Масло коровье. Товароведная характеристика молока, сливок, кисломолочных

продуктов, масла, сыра, молочных консервов по ассортименту, структуре, сырью, технологии производства, упаковке, маркировке, дефектам. Упаковка пищевых продуктов для общественного питания и розничной торговли. Хранение молочных товаров различных подгрупп: условия и сроки. Потери.

Мясо и мясные продукты. Физиологические нормы потребления мяса в год. Вкусовые достоинства мясной продукции. Состояние и перспективы развития рынка мясных товаров. Классификация ассортимента мяса и мясных продуктов. Химический и тканевый состав мяса. Оценка качества мяса животных на сорта и категории, птицы – на категории, колбасных изделий на товарные сорта. Дефекты мясной продукции. Сравнительная товароведная характеристика однородных подгрупп мясных товаров по ассортименту, сырью, технологии производства, упаковке. Хранение однородных групп мясных товаров.

Рыба и морепродукты. Пищевая ценность и специфические органолептические свойства рыбной продукции. Значение рыбной продукции в сети общественного питания. Состояние и перспективы развития рынка рыбных товаров. Рыба. Классификация рыбы. Критерии качества рыбы и рыбной продукции. Рыбные продукты. Соленые рыбные продукты. Вяленая рыба. Копченые рыбные продукты. Маринованная рыба. Рыбные консервы. Консервы из крабов. Икра. Нерыбные морепродукты. Ракообразные. Моллюски. Иглокожие. Морская капуста. Оценка качества рыбных товаров. Сравнительная товароведная характеристика рыбы и продуктов ее переработки по ассортименту, пищевой ценности, химическому и тканевому составу, упаковке, маркировке, дефектам, условиям и срока хранения. Потери при хранении и подготовке к реализации.

Яйца и яйцепродукты. Значение в пищевой промышленности. Состояние и перспективы развития рынка яйца и продуктов его переработки. Строение и химический состав куриного яйца. Классификация яиц на виды и категории (высшая, отборная, первая, вторая, третья). Оценка качества яйца (ГОСТ Р 52121-2003). Допустимые и недопустимые дефекты. Яичные продукты. Упаковка и маркировка яиц. Условия и сроки хранения яиц и яйцепродуктов.

Пищевые жиры и масла. Использование жиров и масел на предприятиях общественного питания. Значение жиров и масел. Развитие рынка пищевых жиров. Классификация ассортимента пищевых жиров. Растительные масла и продукты их переработки. Химический состав растительных масел. Важнейшие виды растительного масличного сырья. Подсолнечник. Хлопчатник. Рапс. Арахис. Оливки. Копра. Масличная пальма. Оливки. Животные топленые жиры. Модифицированные жиры. Саломасы. Маргарин. Жиры кондитерские, хлебопекарные и кулинарные. Оценка качества пищевых жиров. Товарные сорта, принципы их деления. Дефекты. Упаковка и маркировка, условия и сроки хранения. Товароведная характеристика пищевых жиров и масел

Разрыхлители теста. Состояние рынка. Виды разрыхлителей. Дрожжи хлебопекарные. Товарные прессованные дрожжи. Дрожжевое молоко. Сушеные дрожжи. Химические разрыхлители. Гидрокарбонат натрия. Карбонат аммония. Сравнительная товароведная характеристика различных видов разрыхлителей по ассортименту, технологии производства, дефектам, условиям и срокам хранения.

Вода. Использование воды в пищевой промышленности. Классификация воды. Физико-химические показатели воды. Виды загрязнений воды. Жесткость воды, ее виды. Требования к питьевой воде. Способы очистки воды.

Материалы, контактирующие с продуктами питания. Материалы, контактирующие с продуктами питания. Упаковка. Тара. Классификация упаковки и тары. Критерии классификации упаковки и тары. Материалы, используемые для производства тары и упаковки. Одноразовая посуда. Упаковочная целлюлоза. Пакеты «Тетра Пак». Алюминиевая фольга с лаковым покрытием.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Кажаяева, О.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров : учебное пособие / О.И. Кажаяева, Л.А. Манихина ; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2014. - 211 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258801> (22.12.2017).

2 Товароведение и экспертиза в таможенном деле : учебник : в 4-х т. / С.Н. Гамидуллаев, С.Л. Николаева, Т.А. Захаренко, В.Н. Симонова. - Санкт-Петербург. : Троицкий мост, 2014. - Т. 3. Теоретические основы. Продовольственные товары. - 711 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-904406-19-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445282> (12.01.2018).

3 Гамидуллаев, С.Н. Товароведение и экспертиза в таможенном деле : учебник : в 4-х т. / С.Н. Гамидуллаев, Т.А. Захаренко. - Санкт-Петербург. : Троицкий мост, 2014. - Т. 4. Продовольственные товары. - 368 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-904406-20-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445289> (12.01.2018).

Дисциплина 6 Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров

Пластмассы и изделия из них. Понятие пластмасс. Характеристика основных видов пластмасс. Классификация и характеристика современного ассортимента изделий из пластмасс. Качество хозяйственных изделий из пластмасс. Маркировка и упаковка товаров из пластических масс. Экспертиза качества изделий из пластмасс.

Стеклянные бытовые товары. Факторы формирования качества стеклянных изделий: виды стекла, способы выработки, виды декорирования. Классификация и характеристика современного ассортимента изделий из стекла. Качество изделий из стекла и его экспертиза.

Керамические бытовые товары. Факторы формирования конкурентоспособности керамических изделий: виды керамики, виды украшений. Классификация и характеристика современного ассортимента керамических изделий. Качество изделий из керамики и его экспертиза.

Металлохозяйственные товары. Факторы формирования конкурентоспособности металлохозяйственных изделий: виды металлов и сплавов,

способы выработки, виды покрытий, способы соединения деталей и обработки поверхности. Классификация и характеристика современного ассортимента изделий из металлов и сплавов: металлической посуды, приборов для окон и дверей, инструментальных товаров, кухонных принадлежностей, столовых приборов и ножевых товаров. Качество металлохозяйственных изделий и его экспертиза.

Товары бытовой химии. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству клеящих материалов, моющих средств, лакокрасочных материалов.

Строительные товары. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству минеральных вяжущих веществ и изделий на их основе, строительных товаров из стекла, керамики, древесины, металлов, пластмасс, на основе бумаги.

Электробытовые товары. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству проводов и шнуров, электроустановочных изделий, электронагревательных приборов, электробытовых и электрических кухонных машин, источников света и осветительной арматуры.

Текстильные товары. Факторы формирования качества тканей: волокнистый состав, виды нитей, переплетение, отделка. Классификация и характеристика современного ассортимента текстильных товаров. Качество тканей и его экспертиза. Принципы сортировки.

Швейные изделия. Факторы формирования качества швейных изделий: моделирование и конструирование, сырье, отделка, технологические операции. Классификация и характеристика современного ассортимента швейных изделий. Качество швейных изделий и его экспертиза.

Трикотажные товары. Факторы формирования качества трикотажных изделий: волокнистый состав, трикотажные переплетения, процесс изготовления, отделка. Классификация и характеристика современного ассортимента трикотажных изделий. Качество трикотажных изделий и его экспертиза. Принципы сортировки.

Обувные товары. Кожаная обувь: факторы формирования качества (натуральные, искусственные, синтетические кожи для верха и низа обуви, методы

крепления, отделки). Классификация и характеристика современного ассортимента кожаной обуви. Качество обуви и его экспертиза. Принципы сортировки. Особенности маркировки и упаковки.

Резиновая обувь: факторы формирования качества (материалы, методы изготовления, отделки). Классификация и характеристика современного ассортимента резиновой обуви. Качество резиновой обуви. Особенности маркировки и упаковки.

Валяная обувь: классификация и характеристика современного ассортимента. Особенности маркировки и упаковки.

Пушно-меховые товары. Факторы формирования качества пушно-меховых товаров: пушно-меховой полуфабрикат, скорняжные операции, пошивочные операции. Классификация и характеристика современного ассортимента пушно-меховых товаров: верхней меховой одежды, головных меховых уборов, женских меховых уборов, меховых частей одежды и др. Качество пушно-меховых товаров и его экспертиза.

Электронные бытовые товары. Состояние и обновление товарной группы. Потребительские свойства, классификация и характеристика современного ассортимента аудиотехники, видеотехники, офисной оргтехники, средств связи.

Галантерейные товары. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству текстильной и швейной, кожаной, пластмассовой, металлической галантереи.

Парфюмерно-косметические товары. Состояние и направления обновления товарной группы. Классификация и характеристика ассортимента парфюмерных и косметических товаров. Влияние имиджа фирмы-изготовителя и фирмы-продавца на конкурентоспособность. Требования к качеству и его экспертиза.

Школьно-письменные и канцелярские товары. Состояние и направления обновления товарной группы. Классификация и характеристика современного ассортимента школьно-письменных и канцелярских товаров. Влияние имиджа фирмы-изготовителя и фирмы-продавца на конкурентоспособность.

Часы и ювелирные товары. Диагностика рынка часов и ювелирных изделий. Факторы формирования качества, классификация и характеристика современного ассортимента. Особенности маркировки. Влияние имиджа фирмы-изготовителя и фирмы-продавца на конкурентоспособность.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Товароведение однородных групп непродовольственных товаров : учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др. ; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 760 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01966-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450791> (22.12.2017).

2 Товароведение и экспертиза в таможенном деле : учебник : в 4-х т. / С.Н. Гамидуллаев, И.Н. Петрова, С.В. Багрикова, Т.А. Захаренко. - Санкт-Петербург. : Троицкий мост, 2014. - Т. 1. Теоретические основы. Непродовольственные товары. - 480 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-904406-10-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445279> (12.01.2018).

3 Товароведение и экспертиза в таможенном деле : учебник : в 4-х т. / С.Н. Гамидуллаев, И.Н. Петрова, С.В. Багрикова, Г.Ю. Федотова. - Санкт-Петербург. : Троицкий мост, 2014. - Т. 2. Непродовольственные товары. - 668 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-904406-18-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445280> (12.01.2018).

4 Товароведение и экспертиза в таможенном деле : учебник : в 4-х т. / С.Н. Гамидуллаев, И.Н. Петрова, С.В. Багрикова, Т.А. Захаренко. - Санкт-Петербург. : Троицкий мост, 2014. - Т. 1. Теоретические основы. Непродовольственные товары. - 480 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-904406-10-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445279> (12.01.2018).

5 Товароведение и экспертиза в таможенном деле : учебник : в 4-х т. / С.Н. Гамидуллаев, И.Н. Петрова, С.В. Багрикова, Г.Ю. Федотова. - Санкт-Петербург. : Троицкий мост, 2014. - Т. 2. Непродовольственные товары. - 668 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-904406-18-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445280> (12.01.2018).

Дисциплина 7 Мерчандайзинг

Мерчандайзинг в системе коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. История и современное развитие мерчандайзинга. Роль и место мерчандайзинга в системе сбыта на предприятии розничной торговли. Понятие мерчандайзинга. Виды и направления мерчандайзинга. Цели и задачи мерчандайзинга применительно к составляющим комплекса маркетинга, субъектам коммерческой деятельности. Различия в целях мерчандайзинга поставщика и розничного торговца. Основные функции мерчандайзинга. Организация службы мерчандайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчандайзера. Должностная инструкция мерчандайзера. Стандарт мерчандайзинга.

Управление поведением потребителей. Поведение потребителя, как компонент технологий мерчандайзинга. Виды покупок. Виды мотивации к покупке товара: четко запланированная, запланированная, незапланированная покупка. Факторы, влияющие на совершение покупки. Характеристика типов покупателей. Формирование принципов маркетинга на основе теорий рефлексов. Безусловные и условные рефлексy. Распределение познавательных ресурсов в пространстве торгового зала и во времени. Управление поведением посетителей на основе восприятий и ощущений. Использование психоанализа и бессознательных мотивов покупателей.

Внутренняя планировка торгового предприятия. Сущность и понятие планировки торгового зала предприятия. Требования, предъявляемые к торговым зданиям. Сегментация площади торгового зала: основные показатели. Виды

планировки торгового зала: решетка, трек, выставочная, смешанная. Виды торговых зон: входная, кассовая зоны, площадь занятая торговым оборудованием, магистраль для основного потока покупателей. Особенности поведения покупателей в торговом зале: «холодные» и «горячие зоны». Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров. Последовательность размещения отделов и секций в торговом зале. Анализ привлекательности товарного отдела и выбор оптимального варианта его размещения. Распределение площади подсобных помещений.

Выкладка товаров и внутримагазинная реклама. Выкладка, размещение и демонстрация товаров в торговом зале. Способы и виды выкладки товаров. Принципы выкладки. Основные концепции представления товара. Правила расположения товара на полках. Влияние места представления товара на объем продаж. Определение оптимального размера выкладки. Выкладка товара на островных и пристенных прилавках. Выкладка товара на стеллажах. Особенности выкладки товаров-новинок. Разработка и построение планограмм. Специальная выкладка: экспозиция в местах продаж. Особенности выкладки продовольственных и непродовольственных товаров. Средства внутримагазинной рекламы. Правила использования POS-материалов. Эффективность внутримагазинной рекламы. Правила представления: визуальные компоненты внутримагазинной рекламы.

Атмосфера розничного торгового предприятия. Атмосфера: создание привлекательного образа магазина. Факторы, влияющие на формирование атмосферы торгового предприятия. Чувственные составляющие атмосферы магазина: свет, освещение магазина, цветопередача, интерьер, музыка, запахи. Методы устранения дискомфорта в торговом предприятии.

Управление мерчандайзингом на предприятиях розничной торговли. Сущность и специфика управления мероприятиями в области мерчандайзинга. Процесс организации, планирования и контроля мероприятий в области мерчандайзинга. Показатели оценки эффективности мероприятий мерчандайзинга.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - Москва : Дашков и Ко, 2013. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253811> (16.01.2018).

2 Коновалова, В.А. Лекции по дисциплине "Маркетинг" : презентация / В.А. Коновалова. - Королев : , 2013. - 130 с. : ил., схем., табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273911> (16.01.2018).

3 Новаков, А.А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы / А.А. Новаков. - Москва : Инфра-Инженерия, 2013. - 464 с. - ISBN 978-5-9729-0060-2 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=144679> (16.01.2018).

4 Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. - 750 с. : ил. - Библиогр.: с. 725-730. - ISBN 978-5-394-02387-3 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934> (16.01.2018).

Дисциплина 8 Маркетинговые исследования

Введение в маркетинговые исследования. Сущность, предмет и методы маркетинговых исследований. Цель маркетинговых исследований. Принципы маркетинговых исследований. Основные подходы в теории маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование как процесс. Последовательность этапов проведения исследования. Понятие предмета маркетинговых исследований. Объект маркетинговых исследований. Методология маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований.

Маркетинговая информация. Сущность и организация структуры маркетинговой информации. Цели формирования маркетинговой информации. Понятие и признаки маркетинговой информации. Основные принципы

маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Ее основные компоненты. Понятие информационной культуры. Требования маркетинговой культуры к исследователю. Типология маркетинговой информации. Понятие первичной и вторичной информации. Источники их формирования. Понятие вторичных данных. Разница между первичными и вторичными данными. Преимущества вторичных данных. Недостатки вторичных данных. Критерии оценки точности вторичных данных. Основное правило пользования вторичными данными. Виды вторичной информации. Различие внутренних и внешних данных. Типы первичных данных. Получение первичных данных. Классификация маркетинговой информации по назначению. Сущность мониторинга. Виды информации.

Процесс маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Основные виды маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование как процесс. Классификация маркетинговых исследований по ряду классификационных признаков. Подготовительный этап проведения маркетинговых исследований. Цели и задачи, присущие подготовительному этапу. Постановка задач маркетингового исследования. Классификация целей маркетинговых исследований. Понятие исследовательского проекта. Виды исследовательского проекта. Планирование программы исследования. Содержание плана исследования. Формирование бюджета маркетингового исследования. Реализация исследования. Осуществление непосредственного сбора маркетинговой информации. Обработка и анализ информации. Аналитический отчет. Форма и содержание аналитического отчета.

Формы маркетинговых исследований. Методика проведения опросов. Виды опросов. Понятие интервью. Основные критерии проведения интервью. Требования, предъявляемые к интервьюеру. Понятие наблюдения. Методы наблюдения. Преимущества и недостатки проведения эксперимента, наблюдения в лабораторных условиях. Основные характеристики методов наблюдения. Прямое и не прямое наблюдение. Условия обеспечения надежности наблюдения. Понятие «воронкообразного» подхода. Формы для записей результатов наблюдения. Понятие анкеты, анкетирования. Организация анкетирования. Методы опросов. Недостатки анкетирования. Основные этапы разработки анкеты. Их характеристика. Виды

ошибок, допускаемых при разработке анкет. Основные методы, используемые для налаживания сотрудничества с респондентом.

Методы исследования и методы оценки маркетинговой информации. Эмпирические методы исследования. Сущность и основные инструменты проведения эмпирических исследований. Преимущества и недостатки этого метода. Экспертные методы исследования. Сущность и основные приёмы этого метода. Виды экспертных методов. Понятие экспертной оценки. Понятие Дельфи-метода экспертных оценок, его характеристика. Понятие балла компетентности. Другие методы экспертных оценок. Критерии проведения экспертных исследований. Экономико-математические методы исследования. Сущность модели. Приёмы проведения экономико-математических исследований. Основные затруднения, обусловленные спецификой маркетинговой информации, при проведении этого вида исследований. Преимущества и недостатки.

Маркетинговый анализ. Понятие и сущность маркетингового анализа. Отличия оперативного и стратегического анализа. Схема направлений маркетингового анализа. Подготовительный этап маркетингового анализа. Понятие стратегии маркетинга. Определение объекта и предмета маркетингового анализа. Критерии маркетингового анализа. Постановка целей и задач анализа. Дерево целей маркетингового анализа. Методология маркетингового анализа. Понятие модели в анализе. Структура методов, используемых в маркетинговом анализе. Факторы, определяющие выбор метода.

Конъюнктурный анализ рынка. Понятие рыночной конъюнктуры, цели и методы ее анализа. Основные показатели рыночной конъюнктуры. Система рынков. Характеристики и факторы конъюнктурного анализа. Анализ масштаба и потенциала рынка. Анализ сбалансированности рынка. Понятие баланса и дисбаланса спроса-предложения. Методы анализа сбалансированности рынка. Анализ тенденций и устойчивости развития рыночной конъюнктуры. Тенденция развития рынка. Методы выявления основных тенденций развития рынка. Понятие тренда. Виды трендовых моделей. Метод технического сглаживания. Метод механического сглаживания. Основной тренд модели. Понятие устойчивости

развития рынка. Расчет степени устойчивости. Коэффициент аппроксимации. Анализ цикличности и сезонности рынка. Понятие цикличности и сезонности рынка. Классификация рыночных циклов. Индекс сезонности, выравнивание.

Стратегический анализ рынка. Понятие стратегического анализа рынка. Анализ влияния макросреды на маркетинг фирмы. Макросреда маркетинга, ее факторы, их влияние на маркетинг фирмы. Изучение и прогнозирование покупательского спроса. Факторы, оказывающие влияние на покупательский спрос. Их характеристика. Задачи изучения покупательского спроса. Основные методы изучения и прогнозирования покупательского спроса. Анализ реакции рынка на изменение ситуации. Понятие эластичности спроса и предложения. Виды эластичности. Расчет эластичности. Понятие инфраэластичности, ультраэластичности и унитарного спроса. Анализ поведения покупателей на рынке. Принцип суверенитета потребителя. Задачи анализа покупательского поведения. Оценка собственного потенциала рынка и её конкурентоспособности. Понятие потенциала фирмы. Основные элементы, из которых складывается потенциал фирмы. Расчет общей интегральной характеристики потенциала фирмы. Тестирование продукта. Определение конкурентоспособности товара. Факторы конкурентоспособности. Типы конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности фирмы.

Конкурентный анализ рынка. Конкурентная среда фирмы. Конкурентная борьба. Конкурентная позиция. Закономерности конкурентной борьбы. Методологические направления конкурентной борьбы. Цели и задачи анализа конкуренции. Диагностика конкурентной среды. Понятие диагноза конкурентной среды. Основные направления диагностики конкурентной среды. Матрица типологии рынков по уровню конкуренции. Понятие консюмеризма. Определение доли рынка, занимаемой предприятием. Шкалирование позиции фирмы в зависимости от принадлежащей ей доли рынка.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Ковалевский, В. П. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент профиль "Маркетинг" / В. П. Ковалевский, О. М. Калиева, О. П. Михайлова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : Университет, 2013. - 174 с. - ISBN 978-5-4417-0173-0.

2 Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143> (22.12.2017).

3 Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие / Л.М. Наумова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. - 248 с. : табл., граф., ил. - Библиогр.: с. 209-211. - ISBN 978-5-8158-1425-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278> (16.01.2018).

Дисциплина 9 Предпринимательская деятельность

Сущность предпринимательства. Экономическая природа и содержание предпринимательства. Развитие отечественного предпринимательства. Предпринимательство как особый вид деятельности. Цели предпринимательской деятельности. Виды предпринимательской деятельности. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Лицензирование предпринимательской деятельности

Коммерческие организации как субъект предпринимательской деятельности. Сущность терминов «организация» и «предприятие». Организационно-правовые формы коммерческих организаций: хозяйственные товарищества, хозяйственные

общества, акционерные общества, производственный кооператив, государственные и муниципальные предприятия, некоммерческие организации. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы организации

Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности. Организация и развитие собственного дела. Порядок создания нового предприятия. Порядок государственной регистрации предприятия на занятие предпринимательской деятельностью. Учредительные документы предприятия. Формирование уставного фонда. Организационная структура управления. Прекращение деятельности предприятия. Типы коммерческих организаций. Формы интеграции компаний. Организационные цели крупного предпринимательства.

Предпринимательская сеть – форма организации межфирменного взаимодействия субъектов предпринимательства. Основы формирования предпринимательских сетей. Сетевые объединения в инвестиционно-строительной сфере. Кластеры – сетевые территориальные объединения. Инновационные предпринимательские сети: технологические парки. Региональные предпринимательские сети: бизнес-центры, бизнес-инкубаторы. Бизнес-ангелы.

Эффективность предпринимательской деятельности. Затраты и финансовые результаты предпринимательской деятельности: затраты, их структура и классификация; управление затратами предпринимательской деятельности; финансовая отчетность предприятия и ее значение; анализ финансово-экономического положения предприятия; анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности.

Планирование развития субъектов предпринимательской деятельности: понятие бизнес-планирования; основные функции бизнес-плана; структура бизнес-плана.

Деловая этика и культура предпринимательства. Этика и культура в предпринимательстве. Предпринимательский успех. Инновационная корпоративная культура. Организационно-управленческие инновации.

Взаимодействие предпринимательских структур с кредитными организациями. Кредитные организации. Взаимодействие предпринимательских структур с кредитными организациями. Расчеты платежными поручениями. Расчеты по инкассо. Расчеты аккредитивами. Расчеты чеками. Вексель.

Предпринимательский риск. Сущность предпринимательского риска. Функции предпринимательского риска. Классификация предпринимательского риска. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. Процесс управления предпринимательскими рисками. Виды возможных потерь от рисков.

Безопасность предпринимательской деятельности. Экономическая безопасность. Враждебные слияния и поглощения. Противостояние рейдерству (захватнической политике).

Информационная безопасность. Защита информационных ресурсов и повышение информационной безопасности. Понятие коммерческой тайны. Режим коммерческой тайны.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Герасимова, О.О. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / О.О. Герасимова. - 2-е изд., испр. - Минск : РИПО, 2015. - 270 с. - Библиогр.: с. 253-256. - ISBN 978-985-503-507-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463607> (22.12.2017).

2 Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / А.И. Нестеренко, Т.М. Кривошеева, М.В. Гаврилюк и др. ; под ред. О.В. Шеменевої, Т.В. Харитоновой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 294 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01147-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452586> (16.01.2018).

Дисциплина 10 Управление коммерческими проектами

Принципы проектного управления в коммерческой деятельности предприятия. История управления проектами. Определение понятия «Коммерческий проект». Виды коммерческих проектов: управление товаром, управление идеей, управление проблемой. Основные признаки и свойства коммерческого проекта. Окружение коммерческого проекта: ближнее, дальнее и внутреннее окружение. Концепция управления коммерческими проектами. Основные функции проектного менеджмента. Системы управления коммерческими проектами. Жизненный цикл и фазы коммерческого проекта и продукта. Критерии успешности управления коммерческими проектами. Основные ошибки в практике выполнения коммерческих проектов.

Подготовка коммерческого проекта. Особенности подготовки коммерческих проектов, в основе которых лежит заказ. Особенности коммерческих проектов, в основе которых лежит идея. Внутренние коммерческие проекты. Особенности подготовки коммерческих проектов, в основе которых лежит проблема. Распознавание и анализ проблем. Важнейшие причины проблем. Методы распознавания проблем и слабых мест: бенчмаркинг, метод анализа слабых мест, метод опросных листов, метод SWOT-анализа. Формулирование целей коммерческого проекта. Описание целей коммерческого проекта. Построение дерева целей. Контрольный лист по целям.

Планирование, организация и контроль коммерческого проекта. Структурный план коммерческого проекта. Источники данных для планирования. Процессный план коммерческого проекта. Сетевое планирование Основные понятия сетевого планирования. Достоинства и недостатки сетевого планирования. Организация коммерческого проекта. Внешнее и внутреннее управление проектами. Организационная структура коммерческих проектов с внутренним управлением. Контроллинг коммерческого проекта. Взаимосвязь планирования и контроллинга

коммерческого проекта. Принятие решений по итогам контроллинга. Завершение проекта.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Аньшин, В.М. Управление проектами: фундаментальный курс : учебник / В.М. Аньшин, А.В. Алешин, К.А. Багратиони ; под ред. В.М. Аньшина, О.М. Ильиной. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. - 624 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-0868-8 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270> (16.01.2018).

2 Воробьева, Т.В. Управление инвестиционным проектом / Т.В. Воробьева. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 147 с. : схем. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429013> (16.01.2018).

3 Румянцева, Е.Е. Инвестиции и бизнес-проекты : учебно-практическое пособие : в 2 ч. / Е.Е. Румянцева. - 2-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - Ч. 2. - 348 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-7879-4 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450110>(16.01.2018).

Дисциплина 11 Современные технологии торговли

Современное состояние торговли. Вклад торговли в экономику России. Современные форматы оптовой и розничной торговли. Базовые параметры предприятий торговли. Структура и динамика формирования оборота розничной торговли по хозяйствующим субъектам. Методы планирования оборота розничной торговли. Перспективы и проблемы развития торговли.

Розничная торговая сеть. Современные типы розничных торговых предприятий в РФ и за рубежом. Лидеры мировой и российской розничной

торговли. Структура розничной торговой сети по методам продаж, по форматам предприятий. Развитие сетевой формата торговли. Местоположение торговых предприятий и образование сгруппированных торговых форматов. Инвестиции в торговлю.

Франчайзинг как метод ведения бизнеса. История появления и развития франчайзинга в мире и РФ. Сущность и модель построение франчайзинговых отношений. Современные формы, виды и направления развития франчайзинга. Франчайзинг и государство: симбиоз интересов. Российской Ассоциации Франчайзинга. Международные выставки бизнеса по франчайзингу. Франчайзинг в лицах: Мераб Бен Эл (Елашвили), президент, председатель совета директоров «Г.М.Р. Планета Гостеприимства». Франчайзи года.

Автоматизация оптовой и розничной торговли. Современное электронное оборудование: POS-системы, фискальные регистраторы, принтер чеков, сканер штрих кода, электронные весы, принтеры этикеток, терминалы сбора данных (тсд). Современные противокражные системы. Системы видеонаблюдения. Автоматизация работы специалистов по продажам (Sales Force Automation, SFA). Комплексная система автоматизации розничной торговли: система автоматизации управленческой структуры сети магазинов (Back-офис сети магазинов): централизованное формирование ассортимента и управление ценообразованием, определение программ лояльности (дисконтных скидок, распродаж, клубных карт, подарочных сертификатов и пр.), анализ и прогнозирование продаж, анализ рентабельности, взаимодействие с поставщиками, управление складскими движениями товара (сборка, комплектация, формирование наборов), управление доставкой товаров, финансовый, бухгалтерский и налоговый учет, денежное планирование.

Торговля через автоматы. Практика вендинга в России и за рубежом. Анализ развития вендинга в мире и РФ. Основные показатели современного состояния российского вендинга. Выставки – ярмарки, посвященные развитию торговли через автоматы. Вендинговые технологии XXI века. Прогнозы развития торговли через торговые автоматы.

Инновации в торговле. Определение и сущность инноваций. Основные направления экономической политики РФ в области развития национальной инновационной системы. Проект федерального закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации». Функции инноваций. Жизненный цикл инноваций. Классификация инноваций. Понятие и виды инноваций в торговле. Направления инновационной деятельности. Субъекты инновационной деятельности.

Для изучения вопросов данной дисциплины рекомендуем использовать следующие источники:

1 Кент, Т. Розничная торговля : учебник / Т. Кент, О. Омар. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 719 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 978-5-238-01000-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117685> (16.01.2018).

2 Памбухчиянц, О.В. Организация торговли : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 294 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02189-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221305> (16.01.2018).

3 Чернухина, Г.Н. Организация торговли : учебник / Г.Н. Чернухина. - Москва : Университет «Синергия», 2016. - 193 с. : ил., табл. - (Легкий учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0210-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455417> (16.01.2018).

4 Хохлов А.В. Мировые товарные рынки [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-9776-0322-5. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914>. - ЭБС «Знаниум», по паролю.

2 Методологические рекомендации по самостоятельной подготовке и организации Государственного экзамена

2.1 Подготовка к Государственному экзамену

Самостоятельная подготовка к государственному экзамену по дисциплинам направления 38.03.06 Торговое дело включает в себя повторение на более высоком уровне полученных в процессе профессиональной подготовки дисциплин Основной образовательной программы, вынесенных на ГЭК, так и углубление, закрепление и самопроверку приобретенных и имеющихся знаний.

Готовя ответ на вопрос, рекомендуется сделать краткий его конспект, который отражает основное содержание, продумать примеры, иллюстрирующие знание рассматриваемого вопроса и умение применять его (знание) на практике. Простое чтение учебной литературы без записи малополезно, ибо оно приводит в действие лишь зрительную память. Краткое конспектирование служит хорошим средством запоминания, так как при письменном изложении зрительная память дополняется двигательной. Составление конспекта помогает прочно и надолго усвоить материал. Конспект должен соответствовать основным вопросам. Желательно писать на правой странице, а левую, оставлять для внесения дополнений, схем, таблиц. Усвоив тему, постарайтесь кому-нибудь ее рассказать, чтобы окончательно закрепить материал.

Междисциплинарность при ответе на вопрос, поставленный в экзаменационном билете, означает, что выпускник должен продемонстрировать свои знания в совокупности учебных дисциплин, что позволит вынести заключение об уровне его подготовленности к самостоятельной практической деятельности.

Целесообразно начать подготовку со структурирования каждой из проблем, что впоследствии станет основой ответа на поставленный в экзаменационном билете вопрос. Каждый раздел для подготовки к госэкзамену сопровождается указанием рекомендуемой учебной литературы.

Изучение проблемы целесообразно начать с базовой литературы по учебной дисциплине, к которой отнесена данная проблема. Как правило, базовые учебники (учебные пособия), имеющие гриф Министерства образования и науки РФ или рекомендацию Учебно-методического объединения, могут дать общее представление о проблеме, но этих сведений может оказаться недостаточно для исчерпывающего ответа на экзаменационный вопрос.

Поэтому следует, не ограничиваясь базовой учебной литературой. Необходимо изучить специальные издания, которые дадут возможность более подробно рассмотреть некоторые специфические аспекты изучаемого явления, глубже рассмотреть теоретические и эмпирические методы его исследования, проанализировать накопленный в этом отношении отечественный и зарубежный опыт.

2.2 Организация Государственного экзамена

Организация Государственного экзамена включает следующие этапы:

- формируется государственная экзаменационная комиссия, состав которой доводится до студентов;
- проводятся обзорные лекции и консультации по дисциплинам, вынесенным на Государственный экзамен;
- в расписании отражаются сроки проведения консультаций и Государственных экзаменов;
- студенты допускаются до сдачи Государственного экзамена приказом ректора;
- к экзамену готовятся материалы, которыми обучающийся может воспользоваться в процессе подготовки ответа на вопросы экзаменационного билета: рабочая программа по Итоговой государственной аттестации, наглядные

пособия, справочная литература и др. Сведения о наличии этих материалов доводятся до обучающихся;

- на подготовку к ответу на вопросы отводится 1 академический час;
- на ответ отводится до 30 минут; ответ на экзаменационный вопрос должен быть содержательным, четко структурированным, доказательным и аргументированным. Обучающийся имеет право на самостоятельную точку зрения по рассматриваемой проблеме, может придерживаться любой из имеющихся в учебной и научной литературе точек зрения, однако при этом он обязан показать знание фактического материала по рассматриваемому вопросу и умение отстаивать свою позицию;

- порядок ответов на вопросы билета определяется самим студентом;
- при необходимости дополнительные вопросы задаются студенту после ответа на каждый из вопросов билета. Члены комиссии могут задать ряд уточняющих и наводящих вопросов, связанных с тематикой основных вопросов билета. Число уточняющих и наводящих вопросов не ограничено;

итоговая экзаменационная оценка оглашается после окончания экзамена на основании решения Государственной экзаменационной комиссии. При подготовке к ГЭК надо помнить, что существуют определенные критерии для оценки ответов обучающихся. Члены Государственной комиссии, оценивая ответ выпускника, обращают внимание на полноту и одновременно лаконичность ответа, новизну учебной информации, степень использования научных и нормативных источников, умение связывать теорию с практикой, творчески применять знания к неординарным ситуациям, логику и аргументированность изложения, грамотное комментирование, использование примеров, аналогий, культуру речи.

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

ОТЛИЧНО выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал учебных курсов, исчерпывающе, последовательно, четко и

логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, причем не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятие решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

ХОРОШО выставляется студенту, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу его излагает, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО выставляется студенту, если он имеет знание только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточность, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач;

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно отвечает на задаваемые вопросы, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

3 Перечень рекомендуемых источников для подготовки к Государственному экзамену

1 Федеральный закон: Выпуск 2(536). О защите прав потребителей [Электронный ресурс]. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 40 с.: 60x88 1/16. - (Федеральный закон; Вып. 2[536]). (обложка) ISBN 978-5-16-005670-8. - Электронно-библиотечная система ZNANIUM. - Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=349930>.

2 Аньшин В. М. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / В. М. Аньшин, А. В. Алешин, К.А. Багратиони [Электронный ресурс]. - М.: Высшая школа экономики, 2013. - 624 с. - Университетская библиотека ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270&sr=1>.

3 Воробьева, Т.В. Управление инвестиционным проектом / Т.В. Воробьева. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 147 с. : схем. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429013> (22.12.2017).

4 Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - Москва : Дашков и Ко, 2013. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253811> (22.12.2017).

5 Герасимова, О.О. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / О.О. Герасимова. - 2-е изд., испр. - Минск : РИПО, 2015. - 270 с. - Библиогр.: с. 253-256. - ISBN 978-985-503-507-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463607> (22.12.2017).

6 Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 456 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-

02471-9 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375810>(22.12.2017).

7 Инвестиции и инновации : учебное пособие / В.Н. Щербаков, К.В. Балдин, А.В. Дубровский и др. ; под ред. В.Н. Щербакова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. - 658 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02730-7 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452565> (22.12.2017).

8 Кажаяева, О.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров : учебное пособие / О.И. Кажаяева, Л.А. Манихина ; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2014. - 211 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. -
URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258801> (22.12.2017).

9 Калиева, О. М. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие для вузов / О. М. Калиева, М. С. Разумова, В. Н. Марченко; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : Университет, 2012. - 234 с. - ISBN 978-5-4417-0103-7.

10 Ковалевский, В. П. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент профиль "Маркетинг" / В. П. Ковалевский, О. М. Калиева, О. П. Михайлова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : Университет, 2013. - 174 с. - ISBN 978-5-4417-0173-0.

11 Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143> (22.12.2017).

12 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и

К^о», 2017. - 500 с. : табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590>(22.12.2017).

13 Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01470-3 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102> (22.12.2017).

14 Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. - 750 с. : ил. - Библиогр.: с. 725-730. - ISBN 978-5-394-02387-3 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934> (22.12.2017).

15 Товароведение однородных групп непродовольственных товаров : учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др. ; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 760 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01966-1 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450791>(22.12.2017).

16 Хохлов А.В. Мировые товарные рынки [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-9776-0322-5. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914>. - ЭБС «Знаниум», по паролю.

4 Вопросы для самостоятельной оценки знаний

4.1 Примерные вопросы к Государственному экзамену

Дисциплина 1 Маркетинг

- 1 Роль и значение маркетинга в деятельности предприятия.
- 2 Становление маркетинга в России.
- 3 Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга.
- 4 Основные принципы и функции маркетинга.
- 5 Основные элементы комплекса маркетинга, их краткая характеристика.

Концепции маркетинга-микс.

6 Классификация маркетинга в зависимости от состояния спроса и предложения на рынке.

7 Цели и задачи маркетинга на предприятии.

8 Эволюция концепций маркетинга.

9 Понятие рынка, его основные характеристики.

10 Информационное обеспечение маркетинга. Классификация маркетинговой информации.

11 Понятие маркетинговой информационной системы, ее структура.

12 Методы маркетинговых исследований.

13 Опрос. Структура анкет. Требования к составлению анкет.

14 Понятие маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований.

15 Основные характеристики макросреды маркетинга.

16 Основные характеристики микросреды маркетинга.

17 Процесс маркетингового исследования.

18 Понятие поведения потребителей. Модель поведения потребителей.

- 19 Факторы, влияющие на поведение потребителей.
- 20 Процесс принятия решения о покупке.
- 21 Стратегия целевого маркетинга. Понятие целевого рынка, рыночного окна, рыночной ниши.
- 22 Понятие, цели и виды процесса сегментации.
- 23 Признаки сегментации и критерии оценки сегмента.
- 24 Варианты и типовые стратегии охвата рынка. Преимущества и недостатки различных стратегий.
- 25 Позиционирование товара на рынке. Основания для позиционирования товара.
- 26 Понятие продукта и понятие товара. Функции товара.
- 27 Классификация потребительских товаров и товаров производственно-технического назначения.
- 28 Этапы жизненного цикла товара. Стратегия маркетинга на каждом этапе ЖЦТ.
- 29 Понятие нового товара в маркетинге. Причины неудач новых товаров при выведении на рынок.
- 30 Товарный ассортимент, его характеристики и принципы формирования.
- 31 Рыночная атрибутика товаров.
- 32 Конкурентоспособность товара и методы ее оценки.
- 33 Концепция ЖЦТ. Особые случаи ЖЦТ.
- 34 Цена продажи в маркетинге, ее функции. Процесс ценообразования.
- 35 Факторы, влияющие на ценообразования и их характеристика.
- 36 Стратегии и тактики ценообразования в маркетинге.
- 37 Методы формирования цен.
- 38 Роль и значение сбытовой политики в деятельности предприятия. Процесс товародвижения.
- 39 Каналы распределения: типы, уровни. Функции каналов сбыта.
- 40 Варианты охвата рынка (интенсивное, выборочное, исключительное)
- 41 Торговые посредники, их виды.

- 42 Критерии выбора торговых посредников.
- 43 Оптовая и розничная торговля.
- 44 Маркетинговые коммуникации и их роль в продвижении товара на рынок.

Система ФОСТИС.

45 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Цели, задачи и виды рекламы.

46 «Паблик рилейшнз». Основные виды деятельности по формированию общественного мнения.

47 PR-кампания, ее этапы.

48 Стимулирование сбыта в деятельности предприятия, задачи и методы.

49 Основные требования к рекламе. Выбор рекламных средств.

50 Прямой маркетинг. Основные формы прямого маркетинга.

51 Процесс управления маркетингом.

52 Планирование в маркетинге. Исходная информация для организации планирования.

53 Классификация планов маркетинга.

54 Структура плана маркетинга.

55 Организация маркетинга на предприятии. Типы организационных структур службы маркетинга.

56 Маркетинговые стратегии. Подходы к реализации стратегий в маркетинге.

57 Процесс разработки товарной стратегии. Матрица БКГ. Матрица И. Ансоффа.

58 Понятие бюджета маркетинга. Методы определения бюджета маркетинга.

59 Контроль в маркетинге. Виды контроля.

60 Положение о службе маркетинга предприятия, подходы к его разработке.

61 Типы конкурентного поведения предприятия на рынке.

62 Виды международного маркетинга.

63 Основные способы выхода на зарубежные рынки.

64 Государственное регулирование маркетинговой деятельности.

Дисциплина 2 Коммерческая деятельность

1 Сущность коммерческой деятельности как категории рыночной экономики. Значение термина «коммерческая деятельность».

2 Подходы к формированию предмета дисциплины «Основы коммерческой деятельности». Ее прикладное значение и взаимодействие со смежными науками.

3 Общесистемные особенности коммерческой деятельности в новых условиях хозяйствования.

4 Общая схема обращения товаров. Торговля и ее роль в сфере обращения.

5 Определение рынка. Функции рынка. Структура рынка. Положительные и отрицательные стороны рынка. Инфраструктура и конъюнктура рынка продовольственных товаров.

6 Сферы применения коммерческой деятельности.

7 Объекты коммерческой деятельности.

8 Характеристика сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров как объекта коммерческой деятельности.

9 Услуги как объект коммерческой деятельности.

10 Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений.

11 Субъекты коммерческой деятельности, коммерческие организации (предприятия) и индивидуальные предприниматели.

12 Развитие коммерции в России в дооктябрьский, послеоктябрьский, в новых условиях хозяйствования, характерные этапы, связанные с развитием политики и экономики страны.

13 Определение целей и задач коммерческой деятельности с позиций государства, товаропроизводителей, торговых предприятий (посредников), потребителей.

14 Структура и содержание коммерческой деятельности предприятия при взаимодействии с внешней средой.

15 Факторы внешней и внутренней среды коммерческого предприятия.

16 Классификация методов исследования коммерческой деятельности: общенаучные и экономические.

17 Методы организации коммерческой деятельности, связанные с коммерческими сделками, товарно-денежным обменом, куплей – продажей и продвижением продукции по каналам реализации.

18 Политика коммерческих действий в оптовом предприятии.

19 Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий.

20 Различные формы организации оптовых торговых предприятий и особенности их коммерческой деятельности. Организация хозяйственных связей. Формы и методы оптовой продажи товаров.

21 Оптовые торговые услуги и их роль в оптовой деятельности.

22 Организация складского хозяйства в оптовой торговле. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах.

23 Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже. Торги как форма соревновательной торговли: понятие и значение торгов, их виды и условия проведения, организаторы и участники торгов.

24 Торговля на аукционах. Понятие ярмарок и торгово – промышленных выставок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок и выставок. Оптовые ярмарки и их роль в закупке товаров.

25 Розничная торговля как основная сфера коммерческой деятельности.

26 Сущность и задачи коммерческой деятельности в розничной торговле.

27 Управление розничной торговлей в России на территориальном уровне. Характеристика коммерческой деятельности разных форм розничной торговли. Организация электронной торговли.

28 Понятие товарных запасов. Управление размерами товарных запасов. Процесс образования оптимальных товарных запасов торгового предприятия.

29 Типы розничных предприятий и формы продаж: организационно – экономическая характеристика типов розничных торговых предприятий по продаже

продовольственных и непродовольственных товаров. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров. Проведение презентаций.

30 Организация товародвижения: процессы по доведению товаров от производителей до розничного торгового предприятия: закупка, доставка, приемка и хранение, подготовка к продаже товаров.

31 Ассортиментная политика: ассортимент и его разновидности, принципы формирования торгового ассортимента, жизненный цикл товара. Товарный ассортимент в торговле развитых стран.

32 Формирование товарного ассортимента и факторы его обуславливающие.

33 Управление товарной номенклатурой и контроль за ассортиментом.

34 Правовые акты, регулирующие хозяйственные взаимоотношения между поставщиками и покупателями товаров.

35 Порядок изменения и расторжения договора поставки.

36 Механизм, координирующий деятельность всех субъектов рынка.

37 Государственное регулирование коммерческой деятельности хозяйственных предприятий: цель, формы, их содержание и нормативная база.

38 Государственное регулирование в торговле.

39 Концепция развития оптовой торговли Российской Федерации в современных условиях. Организация оптовых рынков в России.

40 Государственное регулирование и регламентация оптовой торговли товарами разного назначения на федеральном, межрегиональном и региональном уровнях.

41 Управление розничной торговлей в России на территориальном уровне. Меры по государственному регулированию и регламентации розничной торговли и улучшению торгового обслуживания.

42 Управление коммерческой деятельностью разных форм розничной торговли.

43 Роль государства в рыночной экономике.

44 Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности.

45 Финансирование закупок и образование основных фондов из собственных и заемных средств предприятия.

46 Роль материально – технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально - технической базы.

47 Инвестиции как источник развития материально – технического оснащения в торговле.

48 Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовой доход, издержки обращения и прибыль.

49 Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности.

50 Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров.

Дисциплина 3 Инновации в коммерческой деятельности

1 Сущность и содержание инновационной деятельности в торговле.

2 Определение и сущность инноваций.

3 3.Основные направления экономической политики РФ в области развития национальной инновационной системы.

4 Проект федерального закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации».

5 Функции инноваций.

6 Жизненный цикл инноваций.

7 Классификация инноваций.

8 8.Понятие и виды инноваций в торговле.

9 Содержание инновационной деятельности.

10 Субъекты инновационной деятельности.

11 Потенциал торгового предприятия.

12 Основные понятия научно-технической революции и научно-технического прогресса.

13 Этапы развития инноваций в России.

14 Этапы развития инноваций за рубежом.

15 Инновационные центры РФ.

16 Инновационные центры мира.

17 Инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации.

18 Показатели потенциала торгового предприятия.

19 Показатели технического уровня новшества.

20 Показатели технического уровня производства.

21 Технологический уровень производства.

22 Отличительные особенности инновации от других бизнес-процессов.

23 Инновационная неопределенность и риски.

24 Финансовые риски инноваций.

25 Коммерческие риски инноваций.

26 Экономическая эффективность новой техники и технологии.

27 Выбор базы сравнения.

28 Затраты на внедрение новой техники.

29 Эффект от внедрения новой техники и новых технологий.

30 Основные этапы анализа экономической эффективности инноваций.

31 Экономическая оценка инноваций.

32 Срок окупаемости инновации.

33 Инновационный проект.

34 Стадии разработки инновационного проекта.

35 Источники финансирования инновационного проекта.

36 Методы оценки инвестиционного проекта.

37 Мероприятия и рекомендации по инновационному проекту.

38 Достоинства и недостатки инновационной стратегии развития предприятий.

40 Понятие инновационного потенциала

41 Формирование и реализация стратегии инновационной деятельности.

Дисциплина 4 Технология и проектирование предприятий торговли

- 1 Понятие и сущность процесса товародвижения.
- 2 Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения.
- 3 Влияние научно-технического прогресса на развитие торговли.
- 4 Назначение и функции складов, их классификация.
- 5 Технологические и общетехнические требования к устройству складов.
- 6 Виды складских помещений и их планировка.
- 7 Технологическое оборудование складов: оборудование для хранения товаров, подъемно-транспортное оборудование, весоизмерительное и фасовочное оборудование.
- 8 Складской технологический процесс и принципы его организации.
- 9 Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров.
- 10 Технология размещения, укладки и хранения товаров.
- 11 Организация и технология отпуска товаров со склада.
- 12 Классификация и функции розничных торговых предприятий.
- 13 Специализация и типизация розничных торговых предприятий.
- 14 Основные принципы размещения розничных торговых предприятий.
- 15 Классификация торговых зданий и сооружений и требования, предъявляемые к ним.
- 16 Состав и взаимосвязь помещений магазина.
- 17 Устройство и планировка торгового зала магазина.
- 18 Торгово-технологическое оборудование магазинов.
- 19 Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
- 20 Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине.

- 21 Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже.
- 22 Организация и технология розничной продажи товаров.
- 23 Услуги, оказываемые покупателям магазинами.
- 24 Внемагазинные формы продажи товаров.
- 25 Проектирование предприятий торговли.
- 26 Организация капитального строительства и ремонта предприятий торговли.

Дисциплина 5 Товароведение продовольственных товаров

- 1 Потребительские свойства продовольственных товаров.
- 2 Крупы: пищевая ценность, понятие о производстве, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.
- 3 Мука: понятие о видах помола зерна и их влияние на качество. Ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.
- 4 Макаaronные изделия: пищевая ценность, сырье, понятие о производстве, ассортимент, признаки доброкачественности, пороки, упаковка, хранение.
- 5 Хлебобулочные изделия (хлеб, сухарные и бараночные изделия): пищевая ценность, сырье и понятие о производстве, пороки, упаковка, хранение.
- 6 Экспертиза качества зерномучных товаров.
- 7 Пищевая и лечебная ценность плодов и овощей.
- 8 Овощи: классификация, понятие хозяйственно-ботанического сорта, характеристика основных видов (клубнеплодов, корнеплодов, капустных, луковых, тыквенных, томатных), признаки доброкачественности, болезни и повреждения, упаковка, хранение.
- 9 Плоды: классификация, понятие ампелографического и помологического сортов (семечковых, косточковых, ягод, орехов, субтропических и тропических плодов), признаки доброкачественности, болезни и повреждения, упаковка, хранение.

10 Продукты переработки плодов и овощей (квашеные, соленые, маринованные, сушеные, замороженные плоды и овощи, томатопродукты, плодовые и овощные баночные консервы): пищевая ценность, понятие о производстве как факторе, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, маркировка, хранение.

11 Свежие и переработанные грибы (сушеные, соленые, маринованные): классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, отличительные признаки ядовитых грибов, упаковка, маркировка, хранение.

12 Экспертиза качества свежих и переработанных овощей, плодов и грибов.

13 Пищевая ценность сахара, меда, крахмала.

14 Сахар: виды, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

15 Мед: классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение. Мед искусственный.

16 Крахмал: виды, товарные сорта, признаки доброкачественности, упаковка, хранение. Крахмалопродукты.

17 Кондитерские изделия: пищевая ценность, классификация. Сахаристые кондитерские изделия (фруктово-ягодные изделия, карамель, конфетные изделия, какао-порошок, шоколад): классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, пороки, упаковка, хранение.

18 Экспертиза качества сахара, меда, крахмала и кондитерских изделий.

19 Классификация вкусовых товаров, их значение в питании.

20 Чай и кофе: пищевая ценность, классификация, ассортимент, упаковка, хранение. Чайные и кофейные напитки.

21 Пряности, приправы, поваренная соль: виды, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

22 Алкогольные напитки: виды, понятие о производстве, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

23 Слабоалкогольные напитки (пиво): виды, понятие о производстве, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

24 Безалкогольные напитки: виды, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

25 Экспертиза качества вкусовых товаров.

26 Значение молока и молочных продуктов в питании.

27 Молоко: виды, ассортимент, признаки доброкачественности, маркировка, хранение. Сливки.

28 Кисломолочные продукты (кефир, простокваша, йогурт, сметана, творог, творожные изделия): виды, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

29 Молочные консервы (сухие и сгущенные): виды, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

30 Масло коровье: виды, классификация, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

31 Сыры: пищевая ценность, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности.

32 Яйца и яичные товары: виды, классификация, признаки доброкачественности, пороки яиц, упаковка, маркировка, хранение.

33 Экспертиза качества молочных и яичных товаров.

34 Мясо: пищевая ценность, классификация, признаки доброкачественности, хранение.

35 Говядина, баранина, свинина: категории упитанности, маркировка, разруб, товарные сорта, процент выхода.

36 Субпродукты: пищевая ценность, классификация, признаки доброкачественности, хранение.

37 Мясо птицы и дичи: пищевая ценность, классификация, признаки доброкачественности, маркировка, хранение.

38 Колбасные изделия: пищевая ценность, классификация, понятие о производстве, признаки доброкачественности, упаковка, хранение, отходы при подготовке колбас к реализации.

39 Мясные копчености из свинины, говядины и баранины: пищевая ценность,

классификация, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, маркировка, хранение, подготовка к реализации.

40 Мясные консервы: пищевая ценность, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, маркировка, хранение.

41 Экспертиза качества мяса и мясных товаров.

42 Характеристика основных семейств промысловых рыб: осетровых, лососевых, карповых, сельдевых, окуневых, тресковых, камбаловых. Нерыбное водное сырье.

43 Рыба живая, охлажденная, мороженая: сырье, способы разделки и замораживания, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, хранение. Филе.

44 Рыба соленая: сырье, способы разделки и посола, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, маркировка, хранение.

45 Рыба копченая, вяленая, сушеная: сырье, способы копчения и сушки, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, хранение.

46 Балычные изделия.

47 Рыбные консервы: классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, маркировка, хранение.

48 Икра рыбная: пищевая ценность, классификация, признаки доброкачественности, упаковка, маркировка, хранение.

49 Экспертиза качества рыбы и рыбных товаров.

50 Пищевая ценность, классификация жиров.

51 Растительные масла: сырье, способы получения и очистки, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

52 Животные жиры: сырье, способы получения, ассортимент, признаки доброкачественности, упаковка, хранение.

53 Маргарин: сырье, понятие о производстве, способы получения и очистки, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, хранение.

54 Пищевые концентраты: значение в питании, классификация, ассортимент, признаки доброкачественности, дефекты, упаковка, хранение.

55 Экспертиза качества пищевых жиров.

Дисциплина 6 Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров

- 1 Пластмассы: понятие, состав, свойства.
- 2 Полимеры: понятие, свойства.
- 3 Способы получения пластмасс: синтез, модификация.
- 4 Классификация пластмасс
- 5 Полимеризационные пластмассы: характеристика основных видов.
- 6 Поликонденсационные пластмассы: характеристика основных видов.
- 7 Пластмассы на основе эфиров целлюлозы: характеристика основных видов.
- 8 Способы получения изделий из пластмасс.
- 9 Изделия из пластмасс: классификация и характеристика современного ассортимента.
- 10 Требования к качеству изделий из пластмасс, характеристика дефектов.
- 11 Текстильные волокна: понятие, классификация.
- 12 Текстильные волокна: понятие, характеристика основных свойств природных волокон.
- 13 Текстильные волокна: понятие, характеристика основных свойств искусственных волокон.
- 14 Текстильные волокна: понятие, характеристика основных свойств синтетических волокон.
- 15 Нити пряженные и непряженные: понятие, классификация, характеристика основных видов, влияние на свойства.
- 16 Ткацкие переплетения: понятие, классификация, характеристика переплетений, влияние на свойства.

17 Предварительная отделка тканей: понятие, характеристика предварительной отделки хлопчатобумажных, шерстяных, льняных, шелковых тканей, влияние на свойства.

18 Колористическая отделка тканей: понятие, характеристика видов, влияние на свойства.

19 Заключительная отделка тканей: понятие, характеристика видов, влияние на свойства.

20 Специальная отделка тканей: понятие, характеристика видов, влияние на свойства.

21 Хлопчатобумажные ткани: классификация и характеристика ассортимента.

22 Шелковые ткани: классификация и характеристика ассортимента.

23 Шерстяные ткани: классификация и характеристика ассортимента.

24 Льняные ткани: классификация и характеристика ассортимента.

25 Требования к качеству тканей, характеристика пороков.

26 Швейные изделия: понятие, проектирование, пошивочные операции, отделка - влияние на свойства.

27 Швейные изделия: классификация и характеристика ассортимента.

28 Требования к качеству швейных изделий. Характеристика дефектов. Особенности сортировки швейных изделий.

29 Трикотажные полотна: понятие, характеристика поперечновязанных и основовязанных полотен, влияние на свойства готовых изделий.

30 Трикотажные изделия: понятие, классификация и характеристика ассортимента.

31 Требования к качеству трикотажных изделий. Характеристика дефектов. Особенности сортировки трикотажных изделий.

32 Кожаная обувь: классификация и характеристика ассортимента.

33 Натуральные кожи: понятие, строение, процесс получения. Характеристика методов дубления, их влияние на свойства кожи.

34 Материалы для изготовления верха кожаной обуви: классификация и характеристика ассортимента.

35 Материалы для изготовления низа кожаной обуви: классификация и характеристика ассортимента.

36 Методы крепления низа обуви: классификация, характеристика, влияние на качество обуви.

37 Требования к качеству кожаной обуви. Характеристика дефектов. Особенности сортировки кожаной обуви.

38 Резиновая обувь: понятие, материалы изготовления, способы производства, классификация и характеристика ассортимента.

39 Валяная обувь: понятие, особенности производства, классификация и характеристика ассортимента.

40 Пушно-меховой полуфабрикат: понятие, классификация и характеристика видов, влияние на свойства готовых изделий.

41 Овчинно-шубный полуфабрикат: понятие, классификация и характеристика видов, влияние на свойства готовых изделий.

42 Процесс изготовления пушно-меховых и овчинно-шубных изделий: характеристика этапов.

43 Классификация и характеристика ассортимента пушно-меховых изделий.

44 Классификация и характеристика ассортимента овчинно-шубных изделий.

45 Требования к качеству пушно-меховых и овчинно-шубных изделий. Характеристика пороков. Особенности сортировки.

46 Радиоэлектронные товары: понятие товарной группы, общая классификация, основные направления развития товарной группы.

47 Резисторы: устройство, классификация и характеристика ассортимента.

48 Конденсаторы: устройство, классификация и характеристика ассортимента.

49 Электровакуумные приборы: устройство, классификация и характеристика ассортимента.

50 Полупроводниковые приборы: устройство, классификация и характеристика ассортимента.

51 Электроакустические приборы: устройство, классификация и характеристика ассортимента.

52 Аппаратура для воспроизведения программ проводного вещания: устройство, классификация и характеристика современного ассортимента.

53 Аппаратура для радиоприема: устройство, классификация и характеристика современного ассортимента.

54 Особенности зрения человека и использование их в телевидении.

55 Современные вещательные системы цветного телевидения: NTSC, PAL, Secam.

56 Характеристика основных направлений обновления ассортимента телевизоров: ТВЧ, ТПК, спутниковое, кабельное телевидение.

57 Цифровое телевидение: особенности устройства, преимущества.

58 Аппаратура для телеприема: устройство, классификация и характеристика современного ассортимента.

59 Аппаратура для воспроизведения аудио-магнитной записи: устройство, классификация и характеристика современного ассортимента.

60 Особенности записи и воспроизведения записи с компакт-диска.

61 Аппаратура для воспроизведения видео-магнитной записи: устройство, классификация и характеристика современного ассортимента.

62 Фототовары: понятие товарной группы, общая классификация, основные направления развития товарной группы.

63 Типы фотопроцессов: характеристика двухступенчатого, одноступенчатого и обращаемого фотопроцессов.

64 Особенности получения изображения методом цифровой фотографии.

65 Светочувствительные материалы для черно-белой фотографии: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

66 Светочувствительные материалы для цветной фотографии: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

67 Аналоговые фотоаппараты: факторы конкурентоспособности (устройство основных узлов), классификация и характеристика современного ассортимента.

68 Цифровые фотоаппараты: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика ассортимента.

69 Духовые музыкальные инструменты: классификация и характеристика ассортимента.

70 Язычковые музыкальные инструменты: классификация и характеристика ассортимента.

71 Струнные музыкальные инструменты: классификация и характеристика ассортимента.

72 Ударные музыкальные инструменты: классификация и характеристика ассортимента.

73 Текстильная галантерея: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

74 Металлическая галантерея: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

75 Кожаная галантерея: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

76 Галантерея из пластических масс: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

77 Бумага и картон: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

78 Изделия из бумаги и картона: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

79 Принадлежности для письма и черчения: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

80 Канцелярские товары: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

81 Материалы для живописи, графики и лепки: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

82 Транспортные товары: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

83 Спортивные товары: классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству.

84 Рыболовные товары: классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству.

85 Игрушки: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству.

86 Изделия художественных промыслов: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика ассортимента.

87 Мебель: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

88 Ковры и ковровые изделия: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

89 Часы: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

90 Парфюмерные товары: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

91 Косметические товары: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

92 Издания: факторы конкурентоспособности, классификация и характеристика современного ассортимента.

Дисциплина 7 Мерчандайзинг

- 1 Понятие и сущность мерчандайзинга.
- 2 Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга.
- 3 Принципы мерчандайзинга.
- 4 Функции мерчандайзинга.
- 5 Методы мерчандайзинга.
- 6 Происхождение и эволюция мерчандайзинга.
- 7 Развитие мерчандайзинга на современном этапе.
- 8 Процесс принятия решения покупателем.
- 9 Психологические особенности человеческого восприятия.
- 10 Визуальный мерчандайзинг.
- 11 Виды организации мерчандайзинга в компании.
- 12 Функции отдела мерчандайзинга в компании.
- 13 Основные функции мерчандайзера в торговой точке.
- 14 Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге.
- 15 Понятие и виды точек продажи.
- 16 Категорийный мерчандайзинг.
- 17 Понятие эффективности мерчандайзинга.
- 18 Показатели эффективности мерчандайзинга.
- 19 Запас как принцип эффективного мерчандайзинга.
- 20 Расположение в торговом зале как принцип эффективного мерчандайзинга.
- 21 Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга.
- 22 Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина
- 23 Факторы, формирующие атмосферу магазина
- 24 Чувственные составляющие атмосферы магазина
- 25 Содержание и цели внутренней планировки.

26 Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки.

27 Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон.

28 Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров

29 Характеристики движения покупателей по магазину.

30 Размещение площади подсобных помещений.

31 Виды торгово-технологического оборудования.

32 Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения.

33 Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.

34 Сущность выкладки и её разновидности.

35 Общие принципы и стандарты выкладки.

36 Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.

37 Сущность, виды и формы сэмплинга, значение сэмплинга в розничной торговле.

38 Понятие, значение и виды POS-материалов.

39 Сущность товарной категории.

40 Формирование категорий: принцип совместного размещения.

Дисциплина 8 Маркетинговые исследования

1 Маркетинговые исследования: сущность, предмет, цель, принципы.

2 Основные подходы в теории маркетинговых исследований

3 Маркетинговые исследования как процесс последовательность этапов проведения исследования.

- 4 Понятие предмета маркетинговых исследований. Объект маркетинговых исследований.
- 5 Методология маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований.
- 6 Сущность и организация структуры маркетинговой информации. Цели формирования маркетинговой информации. Основные принципы маркетинговой информации.
- 7 Маркетинговая информационная система. Ее основные компоненты.
- 8 Понятие информационной культуры. Требования маркетинговой культуры к исследователю.
- 9 Типология маркетинговой информации.
- 10 Классификация маркетинговой информации по назначению. Сущность мониторинга. Виды информации.
- 11 Процесс маркетинговых исследований. Основные виды маркетинговых исследований.
- 12 Маркетинговое исследование как процесс. Классификация маркетинговых исследований по ряду классификационных признаков.
- 13 Подготовительный этап проведения маркетинговых исследований. Цели и задачи, присущие подготовительному этапу.
- 14 Постановка задач маркетингового исследования. Классификация целей маркетинговых исследований.
- 15 Методика проведения опросов. Виды опросов.
- 16 Понятие интервью. Основные критерии проведения интервью. Требования, предъявляемые к интервьюеру.
- 17 Понятие наблюдения. Методы наблюдения.
- 18 Понятие анкеты, анкетирования. Организация анкетирования.
- 19 Основные этапы разработки анкеты, их характеристика. Виды ошибок, допускаемых при разработке анкет.
- 20 Эмпирические методы исследования. Сущность и основные инструменты проведения эмпирических исследований. Преимущества и недостатки этого метода.

21 Экспертные методы исследования. Сущность и основные приемы этого метода. Виды экспертных методов.

22 Экономико-математические методы исследования. Сущность модели. Приемы проведения экономико-математических исследований.

23 Понятие и сущность маркетингового анализа. Отличия оперативного и стратегического анализа.

24 Понятие стратегии маркетинга. Определение объекта и предмета маркетингового анализа. Критерии маркетингового анализа.

25 Постановка целей и задач анализа. Дерево целей маркетингового анализа

26 Методология маркетингового анализа. Понятие модели в анализе. Структура методов, используемых в маркетинговом анализе. Факторы, определяющие выбор метода.

27 Понятие рыночной конъюнктуры, цели и методы ее анализа.

28 Основные показатели рыночной конъюнктуры.

29 Анализ масштаба и потенциала рынка.

30 Понятие цикличности и сезонности рынка.

31 Классификация рыночных циклов. Индекс сезонности, выравнивание.

32 Понятие стратегического анализа рынка.

33 Анализ влияния макросреды на маркетинг фирмы.

34 Анализ реакции рынка на изменение ситуации.

35 Понятие эластичности спроса и предложения. Виды эластичности. Расчет эластичности.

36 Оценка собственного потенциала рынка и её конкурентоспособности.

37 Понятие потенциала фирмы. Основные элементы, из которых складывается потенциал фирмы.

38 Конкурентная среда фирмы. Конкурентная борьба. Конкурентная позиция.

39 Цели и задачи анализа конкуренции.

Дисциплина 9 Предпринимательская деятельности

- 1 Экономическая природа и содержание предпринимательства.
- 2 Развитие отечественного предпринимательства.
- 3 Предпринимательство как особый вид деятельности.
- 4 Виды предпринимательской деятельности.
- 5 Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.
- 6 Правовое регулирование предпринимательской деятельности.
- 7 Права и обязанности предпринимателей.
- 8 Лицензирование предпринимательской деятельности
- 9 Сущность терминов «организация» и «предприятие».
- 10 Организационно-правовые формы коммерческих организаций: общая классификация
- 11 Хозяйственные товарищества
- 12 Хозяйственные общества
- 13 Акционерные общества
- 14 Производственный кооператив
- 15 Государственные и муниципальные предприятия
- 16 Некоммерческие организации.
- 17 Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы организации
- 18 Организация и развитие собственного дела.
- 19 Порядок создания нового предприятия.
- 20 Порядок государственной регистрации предприятия на занятие предпринимательской деятельностью.
- 21 Учредительные документы предприятия. Формирование уставного фонда.
- 22 Организационная структура управления.
- 23 Прекращение деятельности предприятия.
- 24 Типы коммерческих организаций.

- 25 Формы интеграции компаний.
- 26 Сетевые объединения в инвестиционно-строительной сфере.
- 27 Кластеры – сетевые территориальные объединения.
- 28 Инновационные предпринимательские сети: технологические парки, полисы.
- 29 Региональные предпринимательские сети: бизнес-центры, бизнес-инкубаторы.
- 30 Затраты и финансовые результаты предпринимательской деятельности: затраты, их структура и классификация.
- 31 Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности.
- 32 Планирование развития субъектов предпринимательской деятельности: понятие бизнес-планирования.
- 33 Основные функции бизнес-плана; структура бизнес-плана.
- 34 Деловая этика и культура предпринимательства
- 35 Взаимодействие предпринимательских структур с кредитными организациями.
- 36 Сущность предпринимательского риска.
- 37 Классификация предпринимательского риска.
- 38 Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.
- 39 Процесс управления предпринимательскими рисками.
- 40 Экономическая безопасность. Враждебные слияния и поглощения. Противостояние рейдерству (захватнической политике).
- 41 Информационная безопасность. Защита информационных ресурсов и повышение информационной безопасности.
- 42 Понятие коммерческой тайны. Режим коммерческой тайны.

Дисциплина 10 Управление коммерческими проектами

- 1 История управления проектами.
- 2 Определение понятия «проект».
- 3 Окружение проекта.
- 4 Стейкхолдеры проекта и их функции.
- 5 Концепция управления проектами.
- 6 Жизненный цикл продукта.
- 7 Жизненный цикл и фазы проекта.
- 8 Критерии успешности управления проектом.
- 9 Особенности подготовки коммерческих проектов, в основе которых лежит заказ.
- 10 Особенности подготовки коммерческих проектов, в основе которых лежит идея.
- 11 Особенности подготовки коммерческих проектов, в основе которых лежит проблема.
- 12 Распознавание и анализ проблем.
- 13 Формулирование целей коммерческого проекта.
- 14 Планирование коммерческого проекта.
- 15 Структурный план коммерческого проекта.
- 16 Процессный план коммерческого проекта.
- 17 Методы сетевого планирования.
- 18 Организация коммерческого проекта.
- 19 Условия выбора вида организационной структуры управления проектом.
- 20 Контроллинг коммерческого проекта.
- 21 Расстановка приоритетов в управлении коммерческими проектами.
- 22 Процесс расчета параметров сетевого графика.
- 23 Создание высокоэффективных проектных команд.
- 24 Формирование показателей результативности коммерческих проектов.

- 25 Оценка стоимости коммерческого проекта.
- 26 Выбор системы мотивации команды коммерческого проекта.
- 27 Идентификация и оценка рисков коммерческого проекта.
- 28 Условия успешной реализации коммерческого проекта.
- 29 Стандартные ошибки руководителя коммерческого проекта.
- 30 Способы реакции на риск.

Дисциплина 11 Современные технологии в торговле

- 1 Современное состояние торговли.
- 2 Вклад торговли в экономику России.
- 3 Современные форматы оптовой и розничной торговли.
- 4 Базовые параметры предприятий торговли.
- 5 Структура и динамика формирования оборота розничной торговли по хозяйствующим субъектам.
- 6 Методы планирования оборота розничной торговли.
- 7 Перспективы и проблемы развития торговли.
- 8 Розничная торговая сеть.
- 9 Современные типы розничных торговых предприятий в РФ и за рубежом.
- 10 Лидеры мировой и российской розничной торговли.
- 11 Структура розничной торговой сети по методам продаж, по форматам предприятий.
- 12 Развитие сетевой формата торговли.
- 13 Местоположение торговых предприятий и образование сгруппированных торговых форматов.
- 14 Инвестиции в торговлю.
- 15 Франчайзинг как метод ведения бизнеса.
- 16 История появления и развития франчайзинга в мире.
- 17 История появления и развития франчайзинга в РФ.

- 18 Сущность и модель построение франчайзинговых отношений.
- 19 Современные формы развития франчайзинга.
- 20 Виды и направления развития франчайзинга.
- 21 Франчайзинг и государство: симбиоз интересов.
- 22 Российской Ассоциации Франчайзинга.
- 23 Международные выставки бизнеса по франчайзингу.
- 24 Франчайзинг в лицах: Мераб Бен Эл (Елашвили), президент, председатель совета директоров «Г.М.Р. Планета Гостеприимства».
- 25 Номинация «Франчайзи года».
- 26 Автоматизация оптовой и розничной торговли.
- 27 Современное электронное оборудование: POS-системы, фискальные регистраторы, принтер чеков, сканер штрих кода, электронные весы, принтеры этикеток, терминалы сбора данных (ТСД).
- 28 Современные противокражные системы.
- 29 Системы видеонаблюдения.
- 30 Автоматизация работы специалистов по продажам (Sales Force Automation, SFA).
- 31 Комплексная система автоматизации розничной торговли: система автоматизации управленческой структуры сети магазинов (Back-офис сети магазинов):
- 32 Комплексная система автоматизации розничной торговли: централизованное формирование ассортимента и управление ценообразованием,
- 33 Комплексная система автоматизации розничной торговли: определение программ лояльности (дисконтных скидок, распродаж, клубных карт, подарочных сертификатов и пр.),
- 34 Комплексная система автоматизации розничной торговли: анализ и прогнозирование продаж,
- 35 Комплексная система автоматизации розничной торговли: анализ рентабельности.

36 Комплексная система автоматизации розничной торговли: взаимодействие с поставщиками, управление складскими движениями товара (сборка, комплектация, формирование наборов),

37 Комплексная система автоматизации розничной торговли: управление доставкой товаров, финансовый, бухгалтерский и налоговый учет, денежное планирование.

38 Торговля через автоматы.

39 Практика вендинга в России и за рубежом.

40 Анализ развития вендинга в мире и РФ.

41 Основные показатели современного состояния российского вендинга.

42 Выставки – ярмарки, посвященные развитию торговли через автоматы.

43 Вендинговые технологии XXI века.

44 Прогнозы развития торговли через торговые автоматы.

45 Инновации в торговле.

46 Определение и сущность инноваций.

47 Основные направления экономической политики РФ в области развития национальной инновационной системы.

48 Проект федерального закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации».

49 Функции инноваций.

50 Жизненный цикл инноваций.

51 Классификация инноваций.

52 Понятие и виды инноваций в торговле.

53 Направления инновационной деятельности.

54 Субъекты инновационной деятельности.

55 Риски в инновационной деятельности.

Список использованных источников

1 Калиева О.М. Государственная итоговая аттестация: рабочая программа дисциплины для студентов направления 38.03.03 «Торговое дело» (профили «Общий профиль», «Коммерция») очной формы обучения [Электронный ресурс]/О.М. Калиева, И.Б. Береговая. - Оренбург: ОГУ, 2016. – 26 с. – URL: <http://ito.osu.ru/index.php?page=000606&action=rpdetails&id=107504&sid=2531>

(16.01.2018)

2 СТО 02069024.110-2008. Издания для образовательного процесса. Общие требования и правила оформления [Текст]. Взамен СТП 110-01; введ. 2009-10-30. – Оренбург: ОГУ, 2009. – 74 с.