

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ВлГУ
Председатель приёмной комиссии
А.М. Саралидзе
« 20 » 10 / 2018 г.



**ПРОГРАММА
вступительных испытаний в магистратуру**

**по направлению 38.04.06 «Торговое дело»
(магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»)**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», профиль «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» разработана в соответствии с федеральным государственным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) и соответствующей ОПОП.

Программа содержит цели, задачи, формы проведения, оцениваемые компетенции, содержание (перечень вопросов) вступительных испытаний, критерии оценки, рекомендуемую литературу.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Вступительные испытания предназначены для определения практической и теоретической подготовленности, и, соответственно, уровня сформированности важнейших компетенций поступающего в магистратуру бакалавра, либо специалиста, и проводятся с целью определения соответствия знаний, умений и навыков требованиям обучения в магистратуре по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»). Задача испытаний - определение готовности и возможностей лица, поступающего в магистратуру, освоить выбранную магистерскую программу.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ, НЕОБХОДИМОМУ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ; ОЦЕНИВАЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

На вступительном испытании в магистратуру оценке подвергаются следующие компетенции бакалавров (специалистов) по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело»:

Шифр компетенции	Формулировка компетенции
<i>Общекультурные компетенции, определенные ФГОС ВО</i>	
ОК-2	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2)
ОК-6	способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
<i>Общепрофессиональные компетенции, определенные ФГОС ВО</i>	
ОПК-2	владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)
<i>Профессиональные компетенции, определенные ФГОС ВО</i>	
ПК-2	способностью 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	готовностью 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-5	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Абитуриент должен:

знать:

- классические и современные экономические теории;
- основные признаки и характеристики хозяйствующих субъектов;
- основные виды и особенности договоров в профессиональной деятельности;
- закономерности функционирования организационной системы в условиях рыночной экономики,
- содержание основных процессов управления, принципы разработки управленческих решений, регулирования организационного поведения, разрешения конфликтов, проектирования системы мотивации и обеспечения эффективности;

- основные понятия, категории и инструменты маркетинга, особенности маркетинговой деятельности и составляющие её процессы, инструменты маркетинговой политики предприятия;

- тенденции развития спроса и методы выявления и формирования новых потребностей, уметь оценить их роль в структуре потребностей различных групп потребителей;
- специфику логистического подхода к управлению материальными потоками;

уметь:

- демонстрировать понимание экономических законов в сфере торговли и маркетинга;
- свободно ориентироваться в организационно-правовых формах торговых и коммерческих предприятий;

- использовать методики расчета важнейших экономических показателей и коэффициентов;

- использовать источники экономической, социальной, управленческой и маркетинговой информации для принятия решений в профессиональной деятельности;

владеть:

- категориальным аппаратом экономических наук;
- методами маркетинговых исследований;
- методами реализации основных управленческих функций;
- навыками формулирования и реализации стратегий на уровне организации.
- навыками составления экономических расчетов, прогнозов основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона;

- навыками ориентироваться в актуальных достижениях в области управления и маркетинга, находить пути их приложения к конкретным проблемам экономического субъекта.

4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Проведение вступительного испытания предусмотрено правилами приема для поступающих в магистратуру ВлГУ и является необходимым условием для зачисления в магистратуру.

Вступительные испытания в магистратуру проводятся в форме письменного экзамена (теста профессиональной направленности), включающего задания трех типов:

- 1) задания с несколькими вариантами ответов, лишь один из которых правильный (с 1 по 10);
- 2) задания с несколькими правильными вариантами ответов (с 11 по 17);
- 3) задания с развернутым ответом - варианты ответов не предложены, абитуриент должен кратко (или развернуто) ответить на вопрос (с 18 по 20).

Пример задания разного типа

- 1) задания с несколькими вариантами ответов, лишь один из которых правильный:

1. Какие из перечисленных моделей НЕ используются в экономическом анализе?

- а) вербальные;
- б) графические;
- в) математические;
- г) биологические.

2. Перекрестная эластичность спроса характеризует влияние:

- а) цены одного товара на изменение цены другого товара;
- б) величина спроса одного товара на изменение цены другого товара;
- в) цены одного товара на изменение предложения другого блага;
- г) величины спроса одного товара на изменения спроса на другое благо.

3. Стоимость приобретенного оборудования - 18 тыс. руб.; транспортно-заготовительные расходы - 10 тыс. руб.; остаточная стоимость оборудования - 7,840 тыс. руб.; годовая норма амортизации - 12%. Сумма амортизации, начисляемой за месяц, равна:

- а) 0,280 тыс. руб.;
- б) 0,180 тыс. руб.;
- в) 0,078 тыс. руб.

- 2) задания с несколькими правильными вариантами ответов (с 11 по 17);

1. Система оценки земли включает:

- а) кадастровую оценку земли;
- б) экономическую оценку земли;
- в) затратную оценку земли;
- г) залоговую оценку земли.

2. Уровень инфляции определяется при помощи:

- а) индекса Пааше;
- б) индекса Герфиндаля–Хиршмана;
- в) индекса Ласпейреса;
- г) коэффициента Лернера.

3. Преимуществами функциональной структуры управления являются

- а) возможность углубленной деловой и профессиональной специализации персонала
- б) ясность в распределении полномочий и ответственности
- в) хорошие условия для внедрения внутриорганизационного хозрасчета
- г) возможность адекватного учета региональных условий бизнеса
- д) создание условий для децентрализации в структуре управления.

3) задания с развернутым ответом - варианты ответов не предложены, абитуриент должен кратко (или развернуто) ответить на вопрос (с 18 по 20).

1. Система оплаты труда, при которой заработок работнику начисляется за выполнение всего заранее заданного объема работы _____

2. Диверсификация – это фрагмент матрицы _____

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ КАЖДОГО ТИПА

Результаты вступительных испытаний оцениваются по столбальной шкале и определяется по сумме баллов, набранных поступающим при ответах на задания.

Критерии оценки результатов следующие:

№	Тип задания	Кол-во заданий	Кол-во баллов за одно задание	Общее кол-во баллов
1	Задание с несколькими вариантами ответов, лишь один из которых правильный	10	2	20
2	Задание с несколькими вариантами ответов, при этом правильными будут несколько вариантов	7	5	35
3	Задание с развернутым вариантом ответов, на которое абитуриент должен ответить сам (кратко)	3	15	45
Итого				100

Критерии оценивания задания с одним правильным вариантом ответа

Балл	Правильность ответа
2	Задание выполнено, представлен правильный ответ
0	Задание не выполнено, правильного ответа нет

Критерии оценивания задания с несколькими правильными вариантами ответов

Балл	Правильность ответа
5	Задание выполнено полностью, представлены все правильные ответы
3	Задание выполнено частично, представлена половина правильных ответов
1	Задание выполнено частично, представлен один правильных ответ (из 3-4 возможных правильных ответов)
0	Задание не выполнено, правильных ответов нет

Критерии оценивания задания с развёрнутым ответом

Балл	Правильность ответа
15	Задание выполнено полностью, представлен развёрнутый ответ на поставленный вопрос
10	Задание выполнено частично, представлен правильный ответ с частичным пояснением половина правильных ответов
5	Задание выполнено частично, представлен только правильный ответ
0	Задание не выполнено, правильного ответа нет

6. СОДЕРЖАНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Тема 1. Экономическая теория (экономика)

Предмет и методы экономической теории. Микро- и макроэкономика. Позитивная и нормативная экономическая теория. Экономические категории и экономические законы.

Безграничные потребности общества. Классификация потребностей. Экономические блага и их классификации. Общественное производство. Экономические ресурсы (земля, труд, капитал, предпринимательские способности), их ограниченность. Альтернативность использования экономических ресурсов. Экономический выбор и эффективность использования ограниченных экономических ресурсов.

Собственность как экономическая и юридическая категории. Объекты и субъекты собственности. Формы собственности. Экономические системы.

Товар и его свойства. Сущность и функции денег.

Сущность и функции рынка. Субъекты и объекты рынка. Экономические агенты (рыночные и нерыночные). Классификация рынков по различным признакам. Рыночная инфраструктура.

Конкуренция и её виды. Совершенная и несовершенная конкуренция.

Капитал как экономическая категория. Кругооборот и оборот капитала. Материальный и моральный износ основного капитала. Показатели эффективности основного капитала.

Спрос и предложение. Закон спроса. Кривая спроса. Ценовые и неценовые факторы, вызывающие изменения спроса. Эластичность спроса. Показатели эластичности спроса. Эффект Гиффена. Закон предложения. Кривая предложения. Изменение предложения под воздействием ценовых и неценовых факторов. Эластичность предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена.

Теории поведения потребителя. Индивидуальная склонность к потреблению. Потребительские предпочтения. Максимизация полезности как целевая функция потребления. Бюджетное ограничение и кривые безразличия. Предельная норма замещения. Оптимальный потребительский выбор и равновесие потребителя. Правило максимизации полезности. Кривые «уровня жизни». Кривые Энгеля. Кривые «цена-потребление». Эффекты индивидуального спроса и потребительские риски. Общий эффект, эффект дохода и эффект замещения. Эффект потребительского излишка. Эффекты Т.Веблена, «сноба» и «присоединения к большинству».

Понятие и сущность предпринимательства. Классификация предприятий по различным признакам. Организационно-правовые формы предприятий.

Производство, технология производства и производственная функция. Бюджет и результаты производства фирмы. Изокванты. Изокосты. Предельная норма технологического замещения. Особенности производственной функции в краткосрочном и долгосрочном периодах. Закон убывающей предельной производительности факторов производства.

Валовые выручка и издержки. Виды издержек. Явные и неявные издержки. Вмененные издержки. Постоянные и переменные издержки. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах. Кривые общих, предельных и средних издержек. Минимизация издержек. Графическое изображение точки безубыточности.

Трансакционные издержки. Классификация трансакционных издержек: эффективные и реальные; явные и неявные; совокупные и средние; издержки соблюдения и изменения формализованных правил и неформализованных норм; внешние и внутренние.

Доходы фирмы. Валовые и чистые доходы. Понятие прибыли. Виды прибыли. Экономическая прибыль. Способы максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах. Экономическая эффективность. Эффективность и неопределенность. Предпринимательские риски. Способы оценки предпринимательских рисков. Страхование предпринимательских рисков.

Теории поведения производителя (предприятия). Издержки, цены, доход, предложение и спрос фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Индекс монопольной власти А.П.Лернера. Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Антимонопольное регулирование.

Рынки факторов производства.

Общественное воспроизводство. Макроэкономические показатели. Номинальные и реальные величины. Индексы цен. Дефлятор ВВП.

Макроэкономическое равновесие рынков. Классический (неоклассический) подход. Модель Л. Вальраса. Теория общественного воспроизводства К. Маркса. Модель «затраты-выпуск» В. Леонтьева. Кейнсианская теория макроравновесия: Эффект мультипликатора. Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS).

Денежный рынок в макроэкономике. Денежные системы: понятие и типы. Денежная масса. Денежные агрегаты: M1, M2, M3, L, D. Структура денежного обращения. Денежная эмиссия. Предложение денег, спрос на деньги. Денежный мультипликатор. Макроэкономическое равновесие и реальная процентная ставка. Понятие совместного равновесия. Модель IS-LM.

Экономический рост. Типы экономического роста.

Макроэкономическая нестабильность. Экономический цикл и его разновидности. Фазы промышленного цикла. Теории занятости и безработицы. Виды безработицы. Естественный уровень безработицы. Закон А. Оукена. Инфляция, ее причины и формы проявления. Измерение инфляции. Индекс цен. Виды инфляции. Механизм развертывания инфляционной спирали. Взаимосвязь инфляции и безработицы (кривая Филлипса и ее модификации). Стагфляция.

Социально-экономическая политика государства. Методы государственного регулирования. Социально-экономическая политика государства. Бюджетно-налоговая (фискальная) политика. Дискреционная и автоматическая фискальная политика. Встроенные стабилизаторы. Налоги, их сущность и функции. Виды налогов. Ставки налогообложения. Система эффективного налогообложения. Кривая Лаффера. Кредитно-денежная (монетарная) политика государства. Центральный банк, его структура, функции и взаимоотношения с

коммерческими банками. Средства регулирования денежного предложения: регулирование учетной ставкой, изменение норм обязательных резервов, операции на открытом рынке. Политика «дешевых» денег, политика «дорогих» денег. Взаимосвязь монетарной и фискальной политики.

Доходы в рыночной экономике. Номинальные и реальные доходы. Структура личных доходов населения. Социальная дифференциация. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини. Децильный и квинтильный коэффициенты. Уровень жизни и его измерение. Качество жизни. Бедность. Прожиточный и социальный минимум. Основные подходы к определению границы бедности. Сущность и основные направления социальной политики государства.

Мировой рынок: структура, субъекты. Мировая торговля. Формы организации международной торговли. Внешнеторговая политика. Торговый баланс. Платежный баланс страны. Международные кредиты и валютно-финансовые отношения. Институты внешнего валютного отношения. Международная валютная система. Валютный курс. Равновесие в модели открытой экономики. Модель IS-LM-СМ.

Тема 2. Экономика организации (предприятия)

Основные способы ведения и виды предпринимательской деятельности. Коммерческие и некоммерческие организации. Организационно-правовые формы предприятий: понятие и виды. Уставный капитал фирмы и способы его формирования. Хозяйственные товарищества и общества: особенности создания и функционирования. Акционерные общества: виды, особенности создания и функционирования. Порядок управления акционерным обществом. Характеристика ценных бумаг, эмитируемых акционерными обществами. Унитарные предприятия. Малое предпринимательство. Методы государственной поддержки малого предпринимательства. Объединения предприятий. Задачи и виды объединений. Вертикально и горизонтально структурированные объединения.

Имущество предприятия (фирмы). Ресурсное обеспечение предприятия. Экономическая сущность, структура и классификация основных средств. Виды стоимостной оценки. Физический и моральный износ основных средств. Методы начисления амортизации. Условия и задачи применения ускоренной амортизации. Обновление основных средств. Показатели и направления улучшения использования основных средств предприятия. Понятие и экономическая сущность оборотных средств. Стадии кругооборота. Материальный состав и структура оборотных средств. Источники формирования и пополнения оборотных средств. Оборотные фонды и фонды обращения. Управление оборотными средствами. Нормирование оборотных средств. Управление запасами. Показатели эффективности использования оборотных средств. Направления повышения эффективности использования оборотных средств.

Понятия «персонал» и «кадровый потенциал» фирмы. Цели и задачи управления персоналом. Принципы формирования кадровой политики фирмы. Структура персонала. Методы планирования численности персонала. Показатели движения персонала. Производительность труда. Факторы, влияющие на производительность и качество труда, их классификация. Мотивация труда. Методы мотивации. Состав и структура фонда оплаты труда. Формы оплаты труда и особенности их применения. Тарифная система: сущность и элементы. Трудовой договор: содержание и виды.

Расходы и затраты предприятия. Классификация затрат (расходов) предприятия. Издержки производства и себестоимость продукции. Виды себестоимости. Сметное планирование себестоимости продукции (работ, услуг). Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Калькулирование себестоимости продукции и ценообразование. Цели управленческого учета. Сравнительная характеристика управленческого и бухгалтерского (финансового) учетов. Классификация затрат (расходов), используемая в управленческом учете. Методика анализа безубыточности производства, расчет показателей. Направления снижения себестоимости продукции.

Финансы и финансовый механизм предприятия (фирмы). Источники финансовых ресурсов. Структура и содержание финансовой отчетности организации. Доходы от основной деятельности фирмы (выручка от продаж) и методы ее определения. Прочие доходы. Ценовая политика и ценообразование на продукцию, работы и услуги фирмы. Прибыль предприятия: сущность и показатели. Формирование, распределение и использование чистой прибыли. Налогообложение предприятия. Рентабельность производства. Расчетно-кассовое обслуживание. Организация финансовой деятельности предприятия.

Организационная структура предприятия и принципы управления. Этапы процесса управления. Методы и технические средства управления. Органы управления предприятием. Типы организационных структур управления и их характеристика. Отраслевые особенности структур. Эволюция структур управления в условиях конкурентной среды. Система методов управления. Управленческие технологии. Управление по целям. Управление по результатам. Управление на базе потребностей и интересов. Основы оценки эффективности системы управления предприятием.

Планирование как функция управления предприятием. Основные принципы планирования. Методы планирования. Балансовый метод. Расчетно-аналитический. Сетевое планирование. Система планов предприятия. Бюджетирование. Методика разработки и показатели планов производства и продаж продукции. Обоснование плана производства расчетом производственной мощности. Стратегические, текущие и оперативные планы. Основы стратегического планирования деятельности предприятия.

Понятие задачи и функции логистики. Концепция логистических цепей. Управление запасами и движением товаров. Закупочная, производственная и распределительная логистика. Организация складирования запасов. Параметры регулирования запасов. Планирование производственных потребностей. Взаимосвязь логистики с производственным планированием. Управление движением и распределением готовой продукции. Организация транспортировки грузов. Информационное обеспечение системы логистики.

Общая характеристика процесса производства. Виды производственных процессов. Понятие организации производственного процесса. Важнейшие требования, предъявляемые к рациональной организации производственного процесса: непрерывность, пропорциональность, ритмичность. Характеристика организационных типов производства: массового, серийного и единичного. Поточное производство. Производственный цикл, его структура, методы расчета. Направления сокращения длительности производственного цикла. Организация обслуживания производственного процесса.

Качество продукции. Показатели и методы оценки качества продукции. Влияние качества на уровень цен на продукцию и на финансовые результаты деятельности предприятия (фирмы). Отечественный опыт управления качеством продукции. Зарубежный опыт

управления качеством продукции. Концепция всеобщего управления качеством (TQM). Система качества в соответствии с нормами международных стандартов ИСО 9000. Методы контроля и управления качеством продукции. Сертификация продукции.

Цели и задачи инновационного развития предприятия (фирмы). Понятие и сущность инвестиций и инноваций. Классификация инноваций. Управление проектом нововведений. Организационно-техническая подготовка производства. Методы государственного регулирования инвестиционной деятельности. Источники финансирования инвестиционной деятельности. Виды инвестиционной деятельности и формы инвестиций. Жизненный цикл инвестиционного проекта. Принципы оценки эффективности инвестиционных проектов. Простые и динамические методы оценки эффективности инвестиционных проектов. Расчет показателей. Учет инфляции и риска при оценке проектов. Бизнес-планирование. Содержание и структура бизнес-плана.

Значение и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия (фирмы). Отчетность предприятия как база проведения финансового анализа. Методы и приемы анализа. Направления анализа финансового состояния предприятия. Показатели ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности, деловой активности. Понятие эффективности деятельности предприятия. Критерии и система показателей эффективности. Несостоятельность (банкротство) предприятия. Внешние и внутренние признаки несостоятельности. Процедуры банкротства. Направления финансового оздоровления предприятия.

Тема 3. Менеджмент

Методологические основы менеджмента. Организация менеджмента: принципы менеджмента, характеристики менеджмента, стратегия и тактика менеджмента

Социальные и психологические основы менеджмента. Трудовая группа как объект менеджмента: структура и динамика трудовой группы, командообразование и лидерство в трудовой группе, социально-психологический климат и коммуникативные барьеры в трудовой группе, групповое принятие решения. Личность и менеджмент: современный российский менеджер – социально-демографический портрет, типология российских руководителей, личность в организации

Функциональные основы менеджмента. Функциональное содержание менеджмента: разделение и кооперация труда менеджера, соотношение и взаимодействие функций в менеджменте, специализация функций менеджмента, место и роль решения в менеджменте. Методы и инструменты менеджмента: способы исследования и воздействия в менеджменте, классификация методов менеджмента, инструментарий менеджмента организации, организационно-методическое обеспечение менеджмента. Процесс и механизм менеджмента: построение процесса достижения цели, организация менеджмент - процессов, механизм руководства подчиненными.

Основы процессного подхода в менеджменте. Организация деятельности в менеджменте: системные методы и типовые формы организации деятельности, организационный дизайн и организационное развитие, процессно-ориентированные методы организации и регламентация деятельности, применение аутсорсинга. Проектирование системы менеджмента: проектирование системы менеджмента, выделение и интеграция функциональных систем управления, ключевые решения регулярного менеджмента: ставь цели - регламентируй - управляй - улучшай, инжиниринг систем управления. Процессно-ориентированное

управление эффективностью деятельности: управление эффективностью деятельности, механизмы планирования, механизмы организации, механизмы стимулирования, механизмы контроля.

Экономические основы менеджмента. Собственность и менеджмент: права собственности и функций менеджмента, менеджеры и собственники, эффективный собственник и производительный собственник. Экономические интересы в менеджменте: интересы менеджера и собственника: общее и противоречия, передача управления организацией наемному менеджеру, ответственность менеджеров перед собственником. Менеджер и собственник в управлении: поведение менеджера и собственника, модель владельческой организации бизнеса, модели менеджеров в построении эффективной организации

Основы корпоративного менеджмента: ресурсы корпоративного менеджмента, корпоративные системы. Менеджмент корпорации: корпорация как объект управления, основные ориентиры в процессе управления корпорацией. Особенности организации корпоративного менеджмента: органы системы корпоративного менеджмента, административное обеспечение корпоративного менеджмента

Организационное поведение: поведение организации, поведение индивида, поведение группы. Организационное проектирование: модели организационного проектирования, технология организационного проектирования, проектирование рабочего места. Организационное развитие: необходимость организационного развития, изменения в организации, сопротивление изменениям в организациях

Нововведения как объекты управления инновациями. Управление инновационными процессами

Оценка менеджмента: подходы к оценке менеджмента, результаты менеджмента организации, эффективность менеджмента. Модернизация и инновация менеджмента: модернизация и инновация менеджмента, разработка инновационных концепций менеджмента, соотношение совершенствования и развития менеджмента

Тема 4. Маркетинг

Концепции маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Выбор целевого рынка: критерии и алгоритм. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Понятие и критерии сегментации. Понятие позиционирования. Оценка конкурентной среды, конкурентных преимуществ, конкурентного позиционирования. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Классификация товаров. Понятие потребительской ценности товара. Товарная политика, ее содержание в системе маркетинга. Потребительские товары и товары производственного назначения. Формирование ассортимента товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Маркетинговые решения на различных этапах ЖЦТ. Товарный знак и его сущность. Упаковка и маркировка товара. Понятие «новый товар»: критерии новизны. Торговые посредники. Маркетинговые решения в розничной и оптовой торговле. Маркетинговая логистика. Формы организации маркетинговых каналов. Планирование сбыта. Критерии выбора каналов товародвижения в зависимости от особенностей товара рынков сбыта и протяженности каналов. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга. Понятие прямого маркетинга. Конкуренция в оптовой и розничной торговле. Понятие цены. Роль и функции цены на рынке. Виды и структура цен. Понятие и этапы маркетингового ценообразования. Факторы маркетингового ценообразования. Основные решения по цене. Ком-

плекс маркетинговых коммуникаций. Основные этапы процесса коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламные стратегии. Маркетинг услуг. Промышленный маркетинг.

Управление маркетингом. Маркетинг как управленческая концепция. Значение организационной структуры маркетинговой деятельности на предприятии. Организация маркетинга в компаниях, организациях. Стратегическое и оперативное управление маркетингом. Уровни планирования и принятия управленческих решений. Маркетинговые решения по развитию стратегических направлений (структуры) бизнеса. Портфельные стратегии. Маркетинговые решения по обеспечению роста компании. Основные направления корпоративного роста. Стратегии роста И. Ансоффа. Маркетинговые решения по обоснованию конкурентных преимуществ компании на рынке. Базовые конкурентные стратегии М. Портера. Маркетинговые решения по целевым рынкам. Определение и отбор целевых рынков. Методы оценки рынка и спроса. Измерение потенциала рынка. Методы оценки доли рынка. Методы прогнозирования спроса. Управление товаром в комплексе маркетинга. Мультиатрибутивная модель товара. Обеспечение конкурентоспособности товара. Процесс разработки нового товара. Понятия и критерии рыночной новизны товара. Методы дифференцированного ценообразования. Установление цен на товары в рамках ассортимента. Управление каналами распределения. Маркетинговые решения розничного торговца. Маркетинговые решения оптового торговца. Выбор торгового посредника. Методы оценки охвата рынка. Определение целей коммуникаций. Формирование коммуникационной стратегии. Решения по выбору каналов коммуникаций.

Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламной деятельности. Виды рекламы по различным классификационным признакам. Участники процесса рекламной деятельности. Исследование и разработка рекламы. Стратегия рекламного обращения. Планирование рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламы. Области применения прямого маркетинга как коммуникационного инструмента. Стратегии и тактики, применяемые в прямом маркетинге. Методы определения эффективности прямого маркетинга. Роль стимулирования продаж в программе маркетинговых коммуникаций компании. Постановка целей для стимулирования сбыта. Проблемы, ограничения и перспективы применения стимулирования сбыта. Разработка программ стимулирования сбыта. Методы определения эффективности стимулирования сбыта. Роль PR и паблисити как элементов комплекса продвижения. Различия между PR и паблисити, их преимущества и недостатки. Методы измерения эффективности PR и паблисити.

Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Взаимодействие заказчика и агентства при проведении исследования. Маркетинговая информационная система. Процесс маркетингового исследования. Этапы организации и проведения маркетингового исследования. Поисковые, описательные и причинные (каузальные) исследования. Методы качественных исследований. Методы количественных исследований. Виды переменных в маркетинговых исследованиях и их измерение. Виды шкал, используемых в маркетинговых исследованиях и особенности их применения. Проектирование опросных листов (анкет) и техника сбора информации. Понятие выборочного обследования. Репрезентативность. Способы формирования выборки. Доверительный интервал и ошибки выборочного метода. Обработка и анализ результатов выборочного исследования. Сущность, цели

и объекты экспериментальных исследований в маркетинге. Организация, назначение панельных исследований. Репликативные (волновые) исследования. Использование временных рядов и регрессионных моделей в анализе продаж и прогнозировании спроса.

Понятие, сущность и принципы международного маркетинга. Формы международного маркетинга. Научно-техническая среда международного маркетинга. Политико-правовая среда и ее специфика в международном маркетинге. Особенности культурной среды зарубежных рынков. Экономическая среда в международном маркетинге. Совместное предпринимательство как форма международного маркетинга. Основные критерии ранжирования зарубежных рынков при выборе целевых рынков. Исследование входных и выходных барьеров внешних рынков. Конкурентоспособность экспортной продукции. Стратегии адаптации и стандартизации товара на международных рынках. Понятие «страны-производителя товара». Критерии оценки конкурентоспособности международной фирмы. Планирование экспортной ассортиментной политики. Стандартные ценовые стратегии на внешних рынках. Распределительная политика в международном маркетинге. Критерии выбора торговых посредников и способы расчета с ними. Особенности международных маркетинговых коммуникаций: стандартизация и адаптация маркетинговых коммуникаций.

Потребление как социально-экономическая категория. Поведение потребителей в системе маркетинга. Потребитель и процесс выбора: мотивация, формы поведения, значение. Маркетинговая перспектива влияния на поведение потребителя. Социальный статус личности и его роль в формировании поведения потребителей. Механизм принятия потребителем решения о покупке. Восприятие как основа механизма принятия решения о покупке. Структура восприятия. Референтная группа и ее роль в формировании потребительских предпочтений. Моделирование поведения потребителя на рынке и факторы ситуационного влияния на процесс решения о покупке. Модель «Стимул-реакция». Модель Ховарда-Шеффа. Организованное покупательское поведение и явление косьюмеризма. Организации как потребители. Поведение организаций-потребителей.

Тема 5. Коммерческая деятельность

Коммерческая деятельность: понятие, значение, сущность. Рынок товаров: понятие, функции и классификация. Инфраструктура рынка, ее основные элементы.

Коммерческий риск: понятие, виды и факторы, его обуславливающие. Классификация коммерческих рисков. Управление коммерческим риском.

Оптовая и розничная торговля. Товароснабжение торгового предприятия: понятие, принципы и формы. Товарный ассортимент. Организация процесса закупки товаров в торговом предприятии. Анализ источников закупки товаров и выбор оптимального поставщика. Использование лизинга как источника финансирования коммерческой деятельности. Этапы лизинговой сделки. Основные формы и разновидности лизинга. Применение франчайзинга: понятие, сущность и виды. Правовое регулирование франчайзинга в России. Экономические основы франчайзинга.

Результаты коммерческой деятельности: объем товарооборота, валовой доход, издержки обращения и прибыль. Система экономических показателей, применяемых для оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия. Понятие и анализ точки безубыточности предприятия. Методы определения точки безубыточной работы предприятия.

Понятие конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности предприятия. Мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия.

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ

1. Абчук В.А. Менеджмент. В 2-х частях. Учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А. Абчук, С.Ю. Трапицын, В.В. Тимченко. – М.: Юрайт, 2016.
2. Баликоев В.З. Общая экономическая теория: учебник. – М.: Инфра-М, 2016. – 528 с.
3. Бочарова И.Ю. Корпоративное управление: учебник. – М.: Инфра-М, 2017. – 368 с.
4. Васильев Г.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2016. – 160 с.
5. Герасимов Б.И. Маркетинг: учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – М.: Инфра-М, Форум, 2016. – 320 с.
6. Гребенников П.И. Экономика: учебник для академического бакалавриата / П.И. Гребенников, Л.С. Тарасевич. – М.: Юрайт, 2016. – 309 с.
7. Гуськов Ю.В. Основы менеджмента: учебник. – М.: Инфра-М, 2016. – 264 с.
8. Егоршин А.П. Маркетинг организации: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2016. – 384 с.
9. Егоршин А.П. Основы менеджмента: учебник. – М.: инфра-М, 2016. – 350 с.
10. Иванов Г.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. – М.: Инфра-М, 2016. – 384 с.
11. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.А. Иванова, А.М. Сергеев. – М.: Юрайт, 2016. – 305 с.
12. Коршунов В.В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – М.: Юрайт, 2015. – 407 с.
13. Котлер Ф., Келлер А.Л. Маркетинг. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
14. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – М.: Юрайт, 2016. – 383 с.
15. Липсиц И.В. Маркетинг-менеджмент. учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.В. Липсиц, О.К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2016. – 379 с.
16. Любушин Н.П. Экономика организации: учебник / Н.П. Любушин, Н.Э. Бабищева. – М.: КноРус, 2016. – 304 с.
17. Маевская Е.Б. Экономика организации: учебник. – М.: Инфра-М, 2016. – 344 с.
18. Макроэкономика: учебник для прикладного бакалавриата / под ред. А.С. Булатова. – М.: Юрайт, 2015. – 411 с.
19. Маркетинг. Учебник и практикум: учебник для бакалавров / под ред. Л.А. Данченко. – М.: Юрайт, 2014. – 486 с.
20. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т.А. Лукичёва, Н.Н. Молчанов, И.В. Воробьева [и др.] ; под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. – М. : Юрайт, 2016. – 370 с.
21. Маховикова Г. А. Экономическая теория: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.А. Маховикова, Г.М. Гукасян, В.В. Амосова. – М.: Юрайт, 2015. – 443 с.

22. Минько Э.В. Основы коммерции: учебное пособие / Э.В. Минько, А.В. Минько. – СПб.: Питер, 2013 . – 336 с.
23. Наумов В.Н. Маркетинг: учебник. – М.: Инфра-М, 2016. – 320 с.
24. Нечитайло А.И. Экономика предприятия: учебник для бакалавров. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – 415 с.
25. Носова С.С. Микроэкономика. Макроэкономика: учебник для бакалавриата. – М.: КноРус, 2016. – 472 с.
26. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. – М.: Норма, Инфра-М, 2014. – 576 с.
27. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник. – М.: Инфра-М, 2015. – 224 с.
28. Селезнев А.З. Макроэкономика: учебник / Селезнев А.З., Чередниченко Л.Г. – М.: Инфра-М, 2016. – 396 с.
29. Синяева И.М. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О.Н. Романенкова, С.В. Земляк, В.В. Синяев. - М.: Юрайт, 2016. – 506 с.
30. Тарасевич Л.С. Макроэкономика: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. - М.: Юрайт, 2016. - 527 с.
31. Тарасевич Л.С. Микроэкономика : учебник для бакалавров / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. - М.: Юрайт, 2013. - 543 с.
32. Тебекин А.В. Теория менеджмента; учебник. – М.: КноРус, 2016. – 696 с.
33. Экономика организации: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – М.: Юрайт, 2016. – 339 с.
34. Экономика фирмы: учебник для академического бакалавриата / под ред. В. Я. Горфинкеля. - М.: Изд-во Юрайт; ИД Юрайт, 2016. - 485 с.
35. Экономическая теория: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. С.А. Толкачева. – М.: Юрайт, 2016. - 444 с.

электронные ресурсы:

- <http://edu.ru/> - Федеральный портал «Российское образование»
- <http://ecsosman.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
- <http://openet.edu.ru/> - Российский портал открытого образования
- www.consultant.ru/ – Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
- <http://www.aup.ru/> - AUP.Ru Административно–Управленческий Портал
- <http://www.econom.nsc.ru/> - Виртуальная Экономическая Библиотека
- <http://www.economicus.ru/> - проект института «Экономическая школа»
- <http://e-management.newmail.ru> - E-MANAGEMENT(полнотекстовые публикации по вопросам экономики, менеджмента и маркетинга на предприятии)
- <http://library.vlsu.ru/> - сайт научной библиотеки ВлГУ
- <http://www.iprbookshop.ru/> - сайт электронной библиотечной системы IPBooks
- <http://grebennikon.ru/> - сайт электронной библиотеки Grebennikon
- <http://e.lanbook.com/> - электронно-библиотечная система издательства «Лань»
- <http://znanium.com/> - сайт электронной библиотечной системы Znanium.com

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме.

Программу вступительных испытаний в магистратуру составили:

Программу составили: к.э.н., доцент Ярьес О.Б.

к.э.н., доцент Жуковская И.Ф.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры КиГ
Протокол № 1 от 30.08.18 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьес О.Б.

Согласовано:

Директор ИТиП Полоцкая О.П.