Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»
Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИПМЭиТ
_____ В.Э. Щепинин
« 21 » сентября 2018 г.

ПРОГРАММА

вступительного испытания для поступающих в магистратуру

по направлению подготовки

38.04.06 Торговое дело

Санкт-Петербург

2018

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по *38.03.06 «Торговое дело»* вошедших в содержание билетов (тестовых заданий) вступительных испытаний в магистратуру.

1. ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧЁННЫЕ В ПРОГРАММУ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ

1.1. Маркетинг

1.2. Коммерческая деятельность

1.3 Организация, технология и проектирование предприятий торговли

1.4 Экономика торговли

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

2.1. Маркетинг

Темы (вопросы)

1. Основные концепции маркетинга, условия их реализации.

2. Понятие и модели анализа микро- и макросреды организации.

3. Понятие и структура маркетинг-микса. Виды концепций маркетинг-микса

4. Понятие маркетингового исследования, основные этапы его проведения.

5. Кабинетные методы сбора маркетинговой информации. Виды, особенности применения.

6. Полевые методы сбора маркетинговой информации. Виды, особенности применения.

7. SWOT-анализ, основные этапы его проведения.

8. Сегментирование рынка , выделение целевого сегмента и позиционирование товара.

9. Позиционирование и репозиционирование товара. Понятие, выбор основания для позиционирования, проблемы позиционирования.

10. Модель покупательского поведения и процесс принятия индивидуальным покупателем решения о покупке.

11. Модель покупательского поведения и процесс принятия организационным покупателем решения о покупке. Понятие закупочного центра.

12. Товар и основные средства товарной политики организации.

13. Понятие, основные этапы жизненного цикла товаров, особенности маркетинговой стратегии на каждом этапе.

14. Ценообразование в системе маркетинга. Методы ценообразования с ориентацией на конкурентов и потребителей.

15. Сбытовая деятельность в системе маркетинга.

16. Понятие и виды маркетинговых коммуникаций.

17. Основные виды и средства распространения рекламы, их характеристика. Критерии выбора средств распространения рекламы.

Литература для подготовки:

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник .- 2-е изд., испр. и доп .- М.:Юрайт,2016.- 280 с.

2. Божук С.Г., Ковалик Л.Н., Маслова Т.Д., Розова Н.К., Тэор Т.Р. Маркетинг: Учебник для вузов.- 4-е изд. - СПб.: Питер, 2012.- 448 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга .Краткий курс- М.:Вильямс,2016-496 с.

4. Котлер Ф. ,Келлер К.Л. Маркетинг Менеджмент.14-е издание - СПб.: Питер, 2016- 480 с.

2.2. **Коммерческая деятельность**

Темы (вопросы):

1. Сущность, субъекты, объекты, задачи коммерческой деятельности

2. Этапы коммерческой деятельности

3. Функции и принципы коммерческой деятельности

4. Стратегическое управление коммерческой деятельностью

5. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью

6. Методы управления коммерческой деятельностью

7. Источники и виды коммерческой информации

8. Понятие коммерческой тайны и ее защиты

9. Понятие, виды и формы товарной информации

10. Понятие ассортимента товаров, его виды

11. Характеристики и показатели ассортимента. Классификация товаров.

12. Порядок формирования ассортимента товаров в зависимости от ЖЦТ. Этапы формирования ассортимента

13. Ассортиментная политика предприятия и основные направления ее изменения. Ассортиментная матрица.

14. Сущность и этапы закупочной работы.

15. Понятие и виды спроса. Виды затрат в закупочной деятельности

16. Каналы товародвижения. Виды поставщиков. Методы выбора поставщика.

17. Закупочная деятельность на оптовых ярмарках

18. Закупочная деятельность на оптовых рынках

19. Закупочная деятельность на мелкооптовых магазинах-складах

20. Организация биржевой торговли и торговых операций на ней

21. Аукционная торговля

22. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров

23. Формы и методы оптовой продажи товаров

24. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров

25. Формы и методы розничной продажи товаров. Виды дополнительных услуг

Литература для подготовки:

1. Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью. -М: Учебник- М.: Дашков и Кº, 2012. -688с.

2. Иванов Г. Г. Коммерческая деятельность : [учебник] / Г. Г. Иванов, Е. С. Холин. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. - 384с.

3. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. Гриф МО РФ. - М.: ИНФРА-М, 2015.-224с.

4. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для студ. вузов; рек. МОН РФ / Ф. Г. Панкратов. -13-е изд., доп. и перераб. -М.: Дашков и К, 2013. -500 с.

2.3 Организация, технология и проектирование предприятий торговли

Темы (вопросы):

1. Методы планирования и принципы размещения торговой сети в городах

2. Виды и структура розничной торговой сети. Современные форматы магазинов

3. Классификация предприятий розничной торговли.

4. Розничные торговые сети, перспективы их развития, роль в обслуживании населения.

5. Основы проектирования предприятий торговли.

6. Формы торгового обслуживания покупателей и методы розничной продажи товаров.

7. Планировка торгового зала магазина, эффективность использования его площади.

8. Принципы подбора и установления ассортимента розничного торгового предприятия.

9. Содержание торговых и технологических процессов в магазинах

10. Основные схемы торгового и технологического процессов в магазинах, задачи их оптимизации.

11. Организация продажи продовольственных и непродовольственных товаров по форме самообслуживания.

12. Организация продажи непродовольственных товаров по образцам и каталогам.

13. Организация продажи товаров с индивидуальным обслуживанием покупателей.

14. Организация продажи товаров длительного пользования в кредит.

15. Комиссионная торговля непродовольственными товарами.

16. Организация продажи товаров дистанционным способом.

17. Организация обмена и возврата товаров, купленных в магазинах.

18. Организация приемки товаров по количеству и качеству.

19. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения.

20. Оптово-складская сеть: роль, функции и классификация складов. Технологический процесс на товарном складе.

21. Сущность, роль и функции оптовой торговли в рыночной экономике.

22. Типы и виды оптовых организаций на рынке потребительских товаров.

23. Организация технологического процесса на складе.

Литература для подготовки:

1. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., ., Памбухчиянц О.В. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): Учебник для бакалавров. - М: Учебник- М.: Дашков и К°, 2016. -456с.

2. Егоров В.Ф. Организация, технология и проектирование предприятий торговли: Учебник для вузов ю:СПб: Первый класс, 2012.-416с.

2.4 Экономика торговли

Темы (вопросы):

1. Понятие, состав, структура товарооборота предприятий торговли , его роль в развитии экономики предприятия и взаимосвязь с финансовыми результатами деятельности.
2. Анализ динамики, структуры товарооборота предприятия торговли и оценка факторов, влияющих на объем оборота.
3. Планирование объема и структуры товарооборота торгового предприятия.
4. Экономическая природа товарных запасов и анализ эффективности их использования; влияние показателя товарооборачиваемости на финансовые результаты деятельности предприятия.
5. Планирование товарных запасов и определение потребности предприятия в товарных ресурсах.
6. Экономическое содержание валового дохода и прибыли торгового предприятия; функции прибыли, порядок ее формирования и направления использования.
7. Порядок налогообложения прибыли торгового предприятия при традиционной системе налогообложения.
8. Формирование доходов и особенности налогообложения предприятий торговли, использующих специальные налоговые режимы.
9. Анализ и планирование валового дохода торгового предприятия.
10. Анализ и планирование прибыли и рентабельности торгового предприятия.
11. Материальное стимулирование труда работников и характеристика форм и

систем оплаты труда.

12. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и движения рабочей силы. Планирование численности работников на предприятии торговли.

13. Состав, анализ и планирование расходов на оплату труда работников торгового предприятия.

14. Основные фонды торгового предприятия, их сущность, структура, формы воспроизводства и показатели оценки состояния и эффективности использования.

15. Понятие и состав затрат торгового предприятия. Издержки обращения, их классификация и номенклатура.

16. Анализ издержек обращения предприятия торговли и факторов, определяющих их сумму и уровень.

17. Планирование издержек обращения по общей сумме и взаимосвязь этого плана с другими экономическими показателями.

18. Характеристика основного капитала предприятия торговли и оценка эффективности его использования.

19. Анализ эффективности использования оборотного капитала предприятия и источников его формирования.

20. Оценка финансового состояния предприятия торговли, его финансовой устойчивости, платежеспособности и ликвидности баланса.

21. Финансовое планирование на уровне предприятия, содержание финансового плана предприятия торговли.

22. Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия торговли

Литература для подготовки:

1. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: Учебник/ под общ. Ред. А.Н. Соломатина.- Спб.: Питер, 2009.-560с.

2. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов. - М.: Академия ИЦ, 2010

3. ПРИМЕР ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА (ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ)

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ

по направлению подготовки/образовательной программе

38.04.06 Торговое дело

Код и наименование направления подготовки / образовательной программы

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1 (ВАРИАНТ № 1)

1. Какую стратегию охвата рынка использует фирма, если продает для всех сегментов один вид товара по единой цене, реклама товара обращена на рынок в целом (2 балла)

1) синхромаркетинг

2) дифференцированный маркетинг

3) недифференцированный маркетинг

4) концентрированный маркетинг

2. Дайте определение понятию «ассортиментная матрица» (4 балла)

_____

3. Что относится к товарам простого ассортимента? (2 балла)

1) Одежда, обувь

2) Автомобили

3) Соль, сахар, овощи

3. Рассчитать объем розничного товарооборота торгового предприятия, необходимый для получения суммы чистой прибыли в размере 4500,0 т.р. Средний уровень валового дохода составит 29,4% к обороту, уровень издержек обращения – 21,7%, сумма прочих доходов – 93,0 т.р., сумма прочих расходов – 80,0 т.р. (НДС не учитывается) (7 баллов)……

n……