

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)

Институт туризма и предпринимательства



**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Уровень высшего образования**

**бакалавриат**

(бакалавриат, магистратура, специалитет)

**направление подготовки / специальность**

**38.03.06 «Торговое дело»**

(код и наименование направления подготовки)

**Направленность (профиль) подготовки**

**«Коммерция и маркетинговые коммуникации»**

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2021

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Государственная итоговая аттестация (ГИА) проводится государственной экзаменационной комиссией в целях установления уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач, определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы требованиям ФГОС по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Задачами ГИА являются:

- оценка уровня сформированности компетенций;
- принятие решения о присвоении квалификации по результатам ГИА, выдаче документа о высшем образовании и квалификации.

## **2. МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

ГИА является обязательной для обучающихся, осваивающих ОПОП вне зависимости от форм обучения и форм получения образования и претендующих на получение документа о высшем образовании и квалификации.

ГИА проводится на завершающем этапе обучения после прохождения теоретического обучения и всех видов практик, предусмотренных учебным планом.

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по ОПОП.

Общая трудоемкость ГИА составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

Продолжительность ГИА 6 недель.

## **3. СТРУКТУРА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

ГИА проводится в форме:

- подготовки к сдаче и сдача государственного экзамена;
- подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

## **4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОПОП**

Выпускник, освоивший ОПОП по направлению подготовки (специальности) 38.03.06 «Торговое дело», направленность (профиль) подготовки «Коммерция и маркетинговые коммуникации» должен обладать следующими компетенциями:

#### 4.1. Компетенции, проверяемые при приеме государственного экзамена:

Категория компетенций	Код и наименование компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2	3
<i>Универсальные компетенции (УК)</i>		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации.
		УК-1.2. Умеет соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности.
		УК-1.3. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации
		УК-4.2. Умеет выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации.
		УК-4.3. Владеет навыками составления текстов на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной, опыт общения на государственном и иностранном языках
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда.
		УК-6.2. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития, самообучения.
		УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.
Инклюзивная компетентность	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-9.1. Знает понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру, особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах.
		УК-9.2. Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
		УК-9.3. Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Знает основы экономической теории и финансовой грамотности.
		УК-10.2. Умеет применять экономические знания при выполнении практических задач; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.
		УК-10.3. Владеет навыками применения основных положений и методов экономических наук при решении социальных и профессиональных задач

Продолжение таблицы

1	2	3
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-11.1 Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности.
		УК-11.2 Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.
		УК-11.3 Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>		
Знания в профессиональной сфере	ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК-1.1 Ориентируется в экономических процессах торгового предприятия, анализирует явления, происходящие на предприятии сферы торговли, выбирает систему налогообложения
		ОПК-1.2 Использует экономический инструментарий для оценки эффективности использования ресурсов предприятия торговли и обоснования решений в области управления организацией
		ОПК-1.3 Использует современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями сферы товарного обращения различных форм собственности
Владение современными информационными технологиями при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий.
		ОПК-6.2 Реализует принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.
<i>Профессиональные компетенции (ПК)</i>		
Управление торгово-технологическими процессами	ПК-1 Способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг	ПК-1.1 Оптимизирует товарную номенклатуру и определяет показатели ассортимента
		ПК-1.2 Систематизирует и классифицирует однородные группы товаров, выделяя факторы, влияющие на формирование и сохранение их потребительских свойств
		ПК-1.3 Классифицирует и применяет объективные методы определения показателей качества
		ПК-1.4 Анализирует причины, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), разработка планов мероприятий по их устранению
		ПК-1.5.Выделяет проблемы хранения, упаковки, транспортировки и реализации товаров
	ПК -2 Способен осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов учитывать и списывать потери	ПК-2.1.Определяет цели, задачи и ресурсные ограничения организации технологических процессов и видов деятельности торговой организации
		ПК-2.2.Организует и контролирует торгово-технологические процессы, в том числе при организации собственного производства на предприятиях торговли
		ПК 2.3.Проводит инвентаризацию, определяет, учитывает и списывает потери товаров.

Продолжение таблицы

1	2	3
	<p>ПК-3 Готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p> <p>ПК-4 Способен идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p>ПК 2.4. Определяет потребность в материальных и трудовых ресурсах для осуществления торгово-технологических процессов и ведет учет израсходованных ресурсов</p> <p>ПК 3.1 - Понимает основы теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений потребителем о покупке</p> <p>ПК 3.2 – Применяет методы изучения и прогнозирования спроса, конъюнктуры товарного рынка, в т.ч с использованием маркетинговой информации</p> <p>ПК 3.3 – Организует продвижение товаров и услуг для удовлетворения потребностей потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций, в т.ч. в сети интернет</p> <p>ПК 3.4 - Проводит сегментацию рынка и определяет целевые потребительские сегменты</p> <p>ПК-4.1 Проводит оценку параметров качества товаров, работ, услуг</p> <p>ПК-4.2 Оценивает соответствие товарной информации требованиям технических нормативных правовых актов</p>
<p>Организационно-управленческая деятельность</p>	<p>ПК- 6 Способен выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p> <p>ПК-7 Способен организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p> <p>ПК-8 Готов к обеспечению необходимого уровня качества торгового обслуживания</p>	<p>ПК 6.1 Применяет различные формы и методы определения контрагента и привлечения специализированных организаций для выполнения отдельных функций</p> <p>ПК 6.2 Проводит деловые переговоры, в том числе с использованием различных коммуникационных технологий</p> <p>ПК – 6.3 Способен осуществлять организацию и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов</p> <p>ПК 7.1. Применяет различные методы организации материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров и услуг, в том числе в сети интернет</p> <p>ПК 7.2 – Обладает навыками организации материально-технического и финансового обеспечения деятельности торгового предприятия</p> <p>ПК 7.3. - Применяет методы планирования в области материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продвижения (продажи) товаров и услуг</p> <p>ПК 7.4 – Анализирует и оптимизирует системы сбыта и продаж</p> <p>ПК - 8.1 Анализирует информацию, полученную на различных этапах торгового обслуживания по показателям качества</p> <p>ПК- 8.2 Применяет различные методы для оценки качества товаров и услуг, а также уровня качества обслуживания клиентов организации</p> <p>ПК- 8.3 Разрабатывает корректирующие действия на основе покупательского опыта использования реализуемой продукции, оказываемых услуг</p>

Продолжение таблицы

1	2	3
	ПК-11 Готов к участию в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной)	ПК-11.1 Способен применять различные способы формализации идей и инструментарий инновационного менеджмента и маркетинга
		ПК- 11.2 Способен применять инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности
		ПК- 11.3 Применяет приемы маркетинга при диффузии новации
	ПК-12 Готов к участию и реализации проектов в области профессиональной деятельности	ПК-12.1 Разрабатывает целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для реализации проектов в области профессиональной деятельности
		ПК-12.2 Выполняет распределение задач между участниками группы и контролирует их выполнение
		ПК- 12.3 Выполняет заданные действия в соответствии с целями этапа проекта в области профессиональной деятельности
		ПК-12.4 Способен осуществлять поэтапный контроль реализации проектов и бизнес-планов
	ПК-15 Способен планировать и обосновывать закупки товаров, работ и услуг, в том числе для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ПК 15.1 - Составляет и обосновывает планы закупок, в том числе для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
		ПК 15.2 Реализует этапы процедуры закупок, в том числе для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
		ПК 15.3 – Обрабатывает результаты закупки товаров и проверяет исполнение условий контракта, в том числе для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Расчетно-экономическая деятельность	ПК-13 Способен исследовать затраты на товары, работы и услуги и калькулировать их себестоимость для формирования цены	ПК-13.1 Определяет состав затрат на производство и реализацию продукции, товаров и услуг
		ПК-13.2 Обосновывает включение затрат в себестоимость продукции, товаров и услуг
		ПК 13.3.Способен принимать управленческие решения на основе маржинального анализа и анализа затрат
		ПК-13.4. Исследует и рассчитывает затраты на товары, работы и услуги при формировании цен
	ПК-14 Способен формировать диапазон изменения цен на товары, работы, услуги на основе анализа рыночной конъюнктуры	ПК-14.1 Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги
		ПК-14.2 Применяет различные методы ценообразования для формирования диапазона цен на товары, работы, услуги
		ПК-14.3 Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги

**4.2. Компетенции, проверяемые при защите выпускной квалификационной работы:**

Категория компетенций	Код и наименование компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2	3
<i>Универсальные компетенции (УК)</i>		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации.
		УК-1.2. Умеет соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности.
		УК-1.3. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы
		УК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.
		УК-2.3. Владеет навыками применения нормативной базы и решения задач в области избранных видов профессиональной деятельности.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации
		УК-4.2. Умеет выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации.
		УК-4.3. Владеет навыками составления текстов на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной, опыт общения на государственном и иностранном языках
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда.
		УК-6.2. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития, самообучения.
		УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>		
Информационно-аналитическая поддержка принятия решений	ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ОПК - 2.1. Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей для решения профессиональных задач
		ОПК - 2.2. Содержательно интерпретирует полученные результаты анализа; осуществляет визуализацию данных
		ОПК-2.3. Применяет статистические методы формирования данных и методы анализа информации в контексте конкретных управленческих задач

Продолжение таблицы

1	2	3
		ОПК-2.4 Применяет знания об основных методах, способах и средствах получения, хранения и переработки информации в целях реализации функций профессиональной деятельности
Аналитическая деятельность в профессиональной сфере	ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торговых-экономических процессов	ОПК-3.1 Выявляет и оценивает современные тенденции и проблемы развития сферы товарного обращения на региональном, национальном и глобальном уровнях
		ОПК-3.2 Анализирует и объясняет природу торгово-экономических процессов на предприятии
		ОПК-3.3. Оценивает механизм и формы проявления экономических законов развития общества в сфере обращения в условиях ограниченности ресурсов и конкуренции за их использование
Предпринимательская инициатива	ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Участвует в организации и развитии предпринимательской деятельности в торговле
		ОПК-4.2 Организует работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров
		ОПК-4.3 Осуществляет планирование основных показателей деятельности торгового предприятия на долгосрочную, среднесрочную и краткосрочную перспективу
		ОПК 4.4 Осуществляет идентификацию проблемы и описывает ее, используя терминологию экономической финансов, денежного обращения и кредита опираясь на результаты анализа ситуации
Владение современными информационными технологиями при решении профессиональных задач	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.1 Решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий
		ОПК-5.2 Осуществляет выбор современных информационных технологий и программных средств при решении задач профессиональной деятельности
		ОПК-5.3 Создает и обрабатывает запросы электронных систем, статистических баз данных
<i>Профессиональные компетенции (ПК)</i>		
Управление торгово-технологическими процессами	ПК -2 Способен осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов учитывать и списывать потери	ПК-2.1. Определяет цели, задачи и ресурсные ограничения организации технологических процессов и видов деятельности торговой организации
		ПК-2.2. Организует и контролирует торгово-технологические процессы, в том числе при организации собственного производства на предприятиях торговли
		ПК 2.3. Проводит инвентаризацию, определяет, учитывает и списывает потери товаров.
		ПК 2.4. Определяет потребность в материальных и трудовых ресурсах для осуществления торгово-технологических процессов и ведет учет израсходованных ресурсов

Продолжение таблицы

1	2	3
	<p>ПК-3 Готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>ПК 3.1 - Понимает основы теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений потребителем о покупке</p> <p>ПК 3.2 – Применяет методы изучения и прогнозирования спроса, конъюнктуры товарного рынка, в т.ч с использованием маркетинговой информации</p> <p>ПК 3.3 – Организует продвижение товаров и услуг для удовлетворения потребностей потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций, в т.ч. в сети интернет</p> <p>ПК 3.4 - Проводит сегментацию рынка и определяет целевые потребительские сегменты</p>
<p>Организационно-управленческая деятельность</p>	<p>ПК-5 Способен управлять персоналом организации (предприятия), готов к организационно-управленческой работе</p>	<p>ПК-5.1 Осуществляет администрирование процессов и документооборота по вопросам организации трудовой деятельности и оплаты труда персонала</p> <p>ПК-5.2 Организует командную работу при решении управленческих задач</p> <p>ПК-5.3 Контролирует и оценивает эффективность деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия</p> <p>ПК 5.4. - Собирает, анализирует и структурирует информацию о потребностях организации в персонале (в том числе с использованием цифровых средств).</p> <p>ПК-5.5 Проводит анализ, оценки и аттестацию персонала</p>
	<p>ПК-9 Готов анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>ПК-9.1 Обладает навыками стратегического анализа, оценки, разработки и осуществления стратегии организации</p> <p>ПК-9.2 Разрабатывает цели, анализирует ресурсные возможности, пути и способы достижения роста результативности маркетинговой и рекламной деятельности организации</p> <p>ПК-9.3 Обосновывает выбор стратегии развития организации, направленной на повышение ее конкурентоспособности</p> <p>ПК-9.4 Проводит анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе об инвестировании и финансировании деятельности</p>
	<p>ПК-10 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием комплекса маркетинга</p>	<p>ПК-10.1. Применяет основные современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации</p> <p>ПК- 10.2. Способен осуществлять планирование и подготовку к проведению маркетингового исследования</p> <p>ПК – 10.3 Оценивает результаты маркетинговых исследований и определяет качество входящей маркетинговой информации</p>

1	2	3
Расчетно-экономическая деятельность	ПК-16. Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать и учитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	ПК -16.1 Рассчитывает и интерпретирует основные показатели, характеризующие производственно-хозяйственную деятельность организации
		ПК -16.2 Оценивает эффективность использования ресурсов и деятельности организации, в том числе по данным финансовой отчетности
		ПК-16.3 Обладает навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования
		ПК-16.4 Способен анализировать финансовую информацию организаций, рассчитывать финансовые показатели, используя современные методы и технологии оценки эффективности бизнеса

## 5. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН

### 5.1. Программа государственного экзамена

#### 5.1.1. Общая характеристика государственного экзамена

Государственный экзамен проводится для оценки теоретической подготовки выпускника к решению профессиональных задач, установленных ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

На государственном экзамене проверяется освоение знаний и умений по компетенциям, заявленным в учебном плане. На экзамене выпускники получают экзаменационный билет (Приложение 1), включающий в себя 2 теоретических вопроса и практико-ориентированное задание.

Государственный экзамен проводится по ряду следующих дисциплин образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников:

- Экономика организации
- Коммерческая деятельность
- Маркетинг
- Логистика
- Государственные и муниципальные закупки
- Товароведение и экспертиза товаров однородных групп
- Поведение потребителей
- Электронная коммерция
- Торговый менеджмент
- Ценообразование / Планирование и прогнозирование цен
- Статистика
- Организация, технология и проектирование предприятий торговли
- Экономический анализ хозяйственной деятельности / Анализ финансовой отчетности
- Управленческий учет в сфере услуг / Бухгалтерский учет в сфере услуг
- Управление продажами
- Бизнес-планирование / Основы инвестиционной деятельности
- Управление качеством / Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия
- Инновации в торговле

Задания, включаемые в билеты государственного экзамена, соответствуют рабочим учебным программам дисциплин учебного плана.

Государственный экзамен проводится устно. Время на подготовку – 1 академический

час или 0,75 астрономических часа.

Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (предэкзаменационная консультация).

Результаты государственного аттестационного испытания объявляются в день его проведения либо на следующий рабочий день после дня его проведения.

По результатам государственного аттестационного испытания в форме государственного экзамена обучающийся имеет право на апелляцию.

#### 5.1.2. Содержание государственного экзамена

##### **Содержание дисциплины «Экономика организации»**

###### **Тема 1. Предпринимательство и организационно-правовые формы организаций**

Сущность предпринимательства и виды предпринимательской деятельности. Организационно-правовые формы предприятий: товарищества, общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Объединения предприятий. Порядок учреждения, регистрации и ликвидации предприятия.

###### **Тема 2. Основные производственные фонды: экономическая сущность и стоимостная оценка**

Экономическая сущность и воспроизводство основных фондов. Классификация основных фондов: по натурально-вещественному составу, по степени участия в производственном процессе, по праву собственности. Виды оценки основных фондов: первоначальная, восстановительная, остаточная. Методика расчета первоначальной и среднегодовой стоимости ОПФ. Понятие износа основных фондов, его виды.

###### **Тема 3. Амортизация основных средств и нематериальных активов**

Амортизация, амортизационные отчисления, амортизационный фонд. Экономическую сущность процесса амортизации ОПФ и нематериальных активов. Сущность ускоренной амортизации.

Методы начисления амортизации: линейный метод (равномерный), метод уменьшаемого остатка, по сумме лет полезного использования, производственный метод. Определение нормы и суммы амортизационных отчислений различными методами. Обоснование экономически оправданного метода амортизации.

###### **Тема 4. Эффективность использования основных средств и источники их воспроизводства**

Показатели движения основных фондов: коэффициенты обновления, выбытия, прироста основных фондов. Показатели эффективности использования ОПФ: обобщающие (фондоотдача, фондоёмкость, фондовооруженность, рентабельность фондов) и частные (к-т экстенсивного использования, к-т интенсивного использования и интегральный к-т). Пути улучшения использования основных фондов.

###### **Тема 5. Экономическое содержание и основы организации оборотного капитала организации**

Сущность, состав и классификация оборотных средств. Элементы оборотных средств: производственные запасы, незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления, расходы будущих периодов.

Оборачиваемость оборотных средств как показатель использования оборотного капитала. Показатели оборачиваемости и пути ее ускорения.

###### **Тема 6. Методы определения потребности организации в оборотных средствах**

Нормируемые и ненормируемые оборотные средства. Источники формирования оборотных средств. Определение потребности предприятия в оборотных средствах. Основы нормирования оборотных средств: порядок и методы. Нормирование материалов, незавершенного производства и готовой продукции. Нормы и нормативы оборотных средств. Метод прямого счета, для определения норматива оборотных средств организации.

## **Тема 7. Кадры и производительность труда в организации**

Состав трудовых ресурсов предприятия. Персонал предприятия и его категории: руководители, специалисты, служащие, рабочие, младший обслуживающий персонал. Их функции. Списочный, среднесписочный, явочный состав работающих. Кадровая политика предприятия.

Профессионально-квалификационная характеристика труда. Понятие профессии, специальности, квалификации.

Производительность труда как главный фактор эффективности производства. Методы определения выработки. Трудоемкость продукции, ее виды. Резервы роста производительности труда: внутривыпускные, текущие, перспективные.

## **Тема 8. Стимулирование труда в организации**

Оплата и мотивация труда. Принципы организации оплаты труда. Формы и системы заработной платы: понятие и основное назначение. Основные формы заработной платы - сдельная и повременная. Системы сдельной заработной платы. Порядок расчета сдельной расценки. Системы повременной заработной платы. Должностные оклады. Надбавки и доплаты. Материальное стимулирование эффективности труда.

## **Тема 9. Расходы организации (предприятия)**

Понятие и виды расходов, затрат и издержек производства. Различие этих экономических категорий. Понятие себестоимости, ее виды. Состав и структура затрат, включаемых в себестоимость продукции. Классификация затрат. Группировка по экономическим элементам. Смета и калькуляция затрат на производство. Понятие, цель составления и виды калькуляции продукции (услуг). Группировка затрат по статьям калькуляции. Состав и назначение внепроизводственных расходов.

Издержки фирмы в микроэкономической теории. Общие, средние и предельные издержки, их взаимосвязь. Направления снижения издержек на предприятии.

## **Тема 10. Ценообразование на предприятии**

Цена: понятие и функции. Факторы, влияющие на формирование цены. Виды цен. Классификация цен по степени регулируемости и по характеру обслуживаемого оборота.

Ценовая политика: цели, задачи и механизм разработки. Ценовая стратегия предприятия. Методы ценообразования: полных издержек, стоимости изготовления (переработки), маржинальных (предельных) издержек, рентабельности (доходности) инвестиций, маркетинговых (рыночных) оценок. Выбор метода ценообразования. Модификация цен. Этапы установления цены. Определение цены с учетом инфляции.

## **Тема 11. Производственная программа и ее обоснование**

Планирование производственной программы предприятия. Варианты и показатели производственной программы.

Производственные мощности и их проект. Обоснование производственной программы производственными мощностями.

Расчет потребности в оборудовании, сырье и рабочей силе для выполнения производственной программы. Теория определения оптимального объема выпуска продукции.

## **Тема 12. Финансовые результаты деятельности предприятия**

Выручка, доходы и прибыль предприятия. Понятие прибыли. Ее виды: балансовая, валовая, налогооблагаемая, чистая. Функции прибыли. Методы планирования и принципы распределения прибыли. Распределение прибыли на предприятиях различных организационных форм. Финансовый план предприятия: его назначение и структура.

## **Тема 13. Источники финансовых ресурсов и направления их использования**

Понятие финансов. Сущность и формы проявления финансов предприятия. Совокупность экономических отношений, определяющих содержание финансов предприятий.

Финансовые ресурсы: источники и направления использования. Финансовая служба на предприятии. Налоги и платежи, вносимые предприятиями в бюджет и во внебюджетные фонды. Взаимоотношения предприятия с институтами финансово-кредитной системы. Взаимодействие с банками, инвестиционными фондами. Роль страховых организаций в

деятельности предприятия.

#### **Тема 14. Рентабельность деятельности организации и запас финансовой прочности**

Система показателей эффективности производства. Обобщающие показатели эффективности функционирования предприятия, отрасли, экономики. Эффективность отдачи ресурсов. Показатели эффективности затрат. Сущность безубыточного производства. Определение безубыточного объема производства графически и аналитически. Расчет запаса финансовой прочности. Маржинальный анализ.

#### **Тема 15. Диагностика вероятности банкротства и антикризисное управление предприятием**

Определение банкротства согласно 127-ФЗ. Виды банкротства, выделенные в законодательной и финансовой практике. Процедуры банкротства. Методы диагностики банкротства: нормативная система критериев, модель Федотовой, модель Альтана, дискрептивная Белорусская модель, модель Бивера и др. Механизмы антикризисного управления. Разработка антикризисных программ.

### **Содержание дисциплины «Коммерческая деятельность»**

#### **Тема 1. Сущность и принципы коммерческой деятельности**

Понятие коммерции в широком и узком смысле. Содержание коммерческой деятельности. Предмет данной дисциплины, ее структура и взаимосвязь с другими экономическими дисциплинами. Роль и место коммерческой деятельности в обществе. Задачи коммерческой деятельности в настоящее время. Принципы коммерческой деятельности. Объекты коммерческой деятельности. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Картель, синдикат, пул, трест, концерн, холдинги т.д. Международная классификация субъектов коммерческой деятельности: фирмы, союзы, государственные органы, общественные организации.

#### **Тема 2. Коммерческая информация и её правовая защита**

Понятие и назначение коммерческой информации. Роль информации в коммерческой деятельности. Документооборот предприятия. Коммерческая тайна. Мероприятия по защите коммерческой информации. Информация, которая не может составлять коммерческую тайну. Ответственность за нарушение коммерческой тайны. Требования, предъявляемые к информации о товарах. Штриховое кодирование. Маркировка.

#### **Тема 3. Товарные знаки в коммерческой работе**

Товарные знаки и знаки обслуживания, их назначение, символика. Порядок регистрации товарного знака и его правовая защита. Правовые особенности пользования коллективным знаком. Использование и передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.

#### **Тема 4. Риски в коммерческой деятельности**

Риск как экономическая категория, его сущность. Критерии и принципы классификации рисков. Виды наиболее существенных рисков, возникающих в результате взаимодействия фирмы, занимающейся коммерческой деятельностью с основными контрагентами: поставщиками, производителями, покупателями, кредиторами, конкурентами, обладателями и получателями информации, банками, администрацией, налоговой инспекцией. Виды потерь, потенциальная возможность которых порождает риск в цепи поставок. Группы факторов риска в зависимости от величины потерь. Содержание составляющих процесса управления рисками. Методы снижения риска в коммерческой деятельности. Риски торговых предприятий

#### **Тема 5. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий**

Направление государственного регулирования экономики. Методы государственного регулирования рынка. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административных методов государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Основные функции и задачи

ФАС и поддержке предпринимательства. Конкуренция и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках. Сертификация продукции и услуг.

Государственная защита прав потребителей.

#### **Тема 6. Организация хозяйственных связей в торговле**

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле. Заявка заказы на товары. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров. Классификация торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров. Эффективность хозяйственных связей.

#### **Тема 7. Договорные отношения в коммерческой деятельности**

Понятие и условия договора в коммерческой деятельности. Порядок заключения договоров. Изменение и расторжение договоров. Управление договорной работой. Общие положения и основные формы договора купли-продажи. Права и обязанности продавца и покупателя по договору купли продажи. Договор поставки товаров. Договор аренды.

#### **Тема 8. Организация расчетов в коммерческой деятельности**

Сущность расчетов в коммерческой деятельности. Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов: расчеты платежными поручениями-требованиями, аккредитивная форма расчетов, виды аккредитивов, расчеты платежными поручениями, расчеты чеками, расчеты в порядке плановых платежей, расчеты с использованием векселей и основанные на зачете взаимных требований. Расчеты в иностранной валюте. Факторинговые операции.

#### **Тема 9. Психология и этика коммерческой деятельности**

Понятие о профессиональной психологии, этике и этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет. Деловой протокол. Деловые письма в коммерческой работе. Вербальная и невербальная коммуникация. Формы деловой коммуникации. Организация и проведение деловых переговоров. Коммуникативные барьеры.

#### **Тема 10. Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров**

Сущность, роль и содержание закупочной работы. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация и критерии выбора поставщика. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Претензионная работа. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров. Организация работы оптовой ярмарки. Порядок заключения договоров на ярмарки. Оптовые продовольственные рынки, их роль в закупке товаров.

#### **Тема 11. Организация коммерческой деятельности по оптовой и розничной продаже товаров**

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация хозяйственных связей. Формы и методы оптовой продажи товаров. Организация продажи товаров в магазинах кеш-энд-керри. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам. Электронная коммерция. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. Дискаунтеры. Дисконты. Методы розничной продажи товаров. Мероприятия по стимулированию сбыта. Организация оказания торговых услуг покупателям.

#### **Тема 12. Организация рекламно-информационной деятельности на предприятиях торговли**

Понятие, сущность и задачи рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Реклама как метод управления. Психология потребительской мотивации поведения покупателей. Классификация и характеристика средств современной рекламы. Виды рекламных средств и условия их применения. Новые направления развития рекламной деятельности. Эффективность рекламной деятельности.

#### **Тема 13. Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами на предприятиях торговли**

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Порядок формирования и регулирование ассортимента товаров на оптовых

торговых предприятиях. Управление товарными запасами на торговых складах. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах. Жизненный цикл товара. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине. Свойства и показатели ассортимента товаров. Виды анализа ассортимента. Ассортиментная политика. Этапы разработки ассортиментного перечня. Осуществление контроля за ассортиментом товаров. Расширение и обновление ассортимента товаров. Категорийный менеджмент.

#### **Тема 14. Организация торговли на аукционах, конкурса (тендерах)**

Сущность и виды торгов. Аукционы и конкурсы. Сущность и организационные формы аукционов. Порядок проведения аукциона. Управление аукционом. Подготовка аукциона. Аукционная сделка. Организация проведения конкурсов (тендеров). Виды торгов. Суть конкурсных торгов. Открытые, закрытые торги. Этапы проведения торгов. Значение термина «тендер». Тендерные комитеты. Тендерные условия. Выбор поставщика.

#### **Тема 15. Организация таможенных операций**

Осуществление государством экономического и административного регулирования внешней торговли. Таможня и ее функции. Организация таможенного дела в РФ. Принципы таможенного права. Таможенные тарифы. Таможенные пошлины. Виды пошлин. Лицензирование. Квоты. Нетарифные меры регулирования внешнеторговой деятельности. Таможенные льготы. Товары и транспортные средства в контексте таможенного законодательства (импортный, экспортные, транзитные, коммерческие, некоммерческие). Таможенная территория. Таможенный союз. Таможенные режимы. Порядок таможенного оформления и контроля грузов. Основные сведения, указываемые в таможенной декларации. Обязанности декларанта. Формы и порядок проведения таможенного контроля.

#### **Тема 19. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития**

Финансовое обеспечение коммерческой деятельности. Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле.

#### **Тема 20. Результаты коммерческой деятельности**

Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Экономическая эффективность и экономический эффект.

#### **Тема 21. Развитие лизинга (финансовой аренды)**

Основные виды и формы аренды. Терминология арендных отношений. Виды аренды: долгосрочная, среднесрочная, краткосрочная. Лизинговое соглашение и этапы его реализации. Субъекты и объекты лизинга. Оперативный, финансовый, возвратный, компенсационный, чистый, раздельный, револьверный лизинг, ливеридж. Лизинговая сделка. Механизм расчета лизингового платежа. Лизинговые фирмы, компании и ассоциации. Лизинговые брокерские фирмы.

## Содержание дисциплины «Маркетинг»

### **Тема 1. Сущность маркетинга. Маркетинговая деятельность**

Понятие и сущность маркетинга. История развития маркетинга. Предпосылки для эффективного функционирования маркетинга. Основные принципы и функции маркетинга. Субъекты и объекты маркетинга. Состояние спроса и виды маркетинга. Развивающийся маркетинг. Конверсионный маркетинг. Стимулирующий маркетинг. Ремаркетинг. Синхромаркетинг. Поддерживающий маркетинг. Демаркетинг. Контрмаркетинг. Концепции управления маркетингом. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Сбытовая концепция. Концепция «потребительского» маркетинга. Концепция социально-этического маркетинга. Различия в деятельности предприятий с маркетинговой и сбытовой стратегией. Концепция маркетинга взаимоотношений. Задачи, функции и мероприятия маркетинга. Комплексная маркетинговая программа. Структура маркетинговой программы. Стратегический и тактический маркетинг. Эволюция маркетинга.

### **Тема 2. Маркетинговая информационная система**

Содержание и реализация аналитической функции маркетинга в организации. Маркетинговая информация: понятие, типы, требования, источники. Направления сбора информации. Внутренняя и внешняя маркетинговая информация. Изучение факторов внешнего окружения компании. Понятие и источники первичной и вторичной информации. Элементы маркетинговой информационной системы. Система делового (маркетингового, конкурентного) наблюдения (разведки). Изучение и понимание рынка. Основные понятия, связанные с изучением рынка: рынок и спрос, потенциальный, доступный и квалифицированный рынок, целевой и освоенный рынок, совокупный рыночный спрос, размер и ёмкость рынка, первичный спрос и потенциал рынка. Основные методы определения ёмкости рынка. Основные направления изучения поведения потребителей. Система маркетинговых исследований. Основные этапы исследования. Поисковые (зондирующие) и итоговые исследования. Количественные и качественные методы сбора первичной информации. Методы зондирующих исследований. Методы дескриптивных (описательных) и казуальных (причинно-следственных) исследований. Статистический инструментарий в маркетинговом анализе

### **Тема 3. Маркетинговый анализ**

Цели, задачи и виды маркетингового анализа. SWOT-анализ и его особенности. PEEST-анализ. STEP-анализ. ABC-анализ. XYZ-анализ. Анализ ключевых клиентов (CRM). Портфельные матрицы и их особенности. Стратегический инструментарий в маркетинговом анализе.

### **Тема 4. Особенности маркетинга по видам рынков**

Особенности маркетинга на потребительском рынке (B2C). Поведение потребителя при покупке. Развернутая модель поведения покупателя. Характеристики покупателя и факторы, влияющие на решения покупателя. Компоненты отношений. Изучение отношений потребителей с помощью многофакторных моделей. Задачи мерчендайзинга по направлениям комплекса маркетинга на рынке B2C. Задачи и средства внутримаркетинговой рекламы.

Модели маркетинга на рынке B2B. Основные характеристики промышленных рынков. Модель поведения покупателя на промышленном рынке. Основные факторы, влияющие на поведение покупателей на промышленных рынках. Воронка продаж. Интернет-маркетинг.

### **Тема 5. Разработка клиентоориентированной маркетинговой стратегии**

Сегментирование рынка. Условия эффективной сегментации рынка. Определение признаков (переменных) сегментации рынка потребительских товаров и рынка товаров производственно-технического назначения. Гиперсегментация и контрсегментация. Составление профилей полученных сегментов. Выбор целевых сегментов рынка. Оценка степени привлекательности полученных сегментов. Модель пяти сил конкуренции Портера. Факторы, предопределяющие высоту входных барьеров для конкурента-новичка. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Многоугольник конкурентоспособности. Выбор стратегии охвата рынка. Недифференцированный маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг. Факторы, влияющие на

выбор стратегии охвата рынка. Маркетинговые стратегии для сегментов рынка. Дифференцирование и позиционирование продуктов. Позиционирование товара на рынке. Теория конкурентного преимущества. Внешнее преимущество и стратегия дифференциации. Внутреннее конкурентное преимущество и стратегия лидерства по издержкам. Решение о позиционировании товара в каждом из целевых сегментов на основе конкурентных преимуществ. Теория «уникального товарного предложения» (USP). Схемы позиционирования товара и потребительских предпочтений. Ошибки позиционирования. Основные стратегии позиционирования. Разработка комплекса маркетинга для каждого целевого сегмента.

#### **Тема 6. Продуктовая стратегия**

Мультиатрибутивная модель товара. Предпосылки формирования мультиатрибутивного состава товара. Стратегия разработки новых товаров. Концепция понятия «новый товар». Основные этапы разработки товара: от генерирования идей до развертывания коммерческого производства. Концепция жизненного цикла товара. Характеристики основных этапов жизненного цикла товаров. Диффузия товаров на рынке. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла товаров. Товарный ассортимент и ассортиментная политика фирмы. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Основные показатели товарного ассортимента: широта, полнота, обновляемость и устойчивость. Факторы, влияющие на формирование товарного ассортимента. Управление портфелем заказов на товары. Формирование товарного портфеля. Матрица Ансоффа. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ). Портфолио- анализ. Товарный «каннибализм».

#### **Тема 7. Управление ценообразованием**

Цена как элемент маркетинговых программ. Маркетинговые принципы управления ценообразованием. Цели, достигаемые с помощью ценовых решений. Важность ценовых решений. Цена и совокупные затраты потребителя. Ценообразующие факторы: понятие и классификация. Модель 4С. Изучение ценообразующих факторов. Изучение факторов спроса при подготовке ценовых решений. Выбор приоритетной ориентации при определении базового уровня цен. Определение цен с ориентацией на затраты. Рыночно-ориентированные методы ценообразования: ориентация на спрос и на конкурентов. Установление цен на новые товары. Стратегия проникновения (прочного внедрения на рынок), стратегия снятия сливок, нейтральная ценовая стратегия. Стратегии цен в рамках товарной номенклатуры. Ценовое позиционирование продуктов. Стратегии изменения цен. Управление ценообразованием при стимулировании сбыта.

#### **Тема 8. Система управления маркетингом в компании**

Основные организационные структуры управления маркетингом. Построение маркетинговых служб на фирме. Организационное построение по продукту, по функциям, по регионам, по группам потребителей, смешанные типы построения. Роль гибких (временных) рабочих групп. Уровни маркетинговых служб в иерархии принятия управленческих решений организации. Маркетинговый контроль: основные задачи и виды. Контроль за реализацией планов и маркетинговых программ фирмы.

#### **Тема 9. Планирование и бюджетирование маркетинговой деятельности компании**

Место маркетинговой программы в плановой работе фирмы. Рекомендательный характер маркетинговой программы. Значение экспертной оценки и экспертных правок. Методология разработки маркетинговых программ. Маркетинговый план и его элементы.

Структура бюджета на маркетинговую деятельность. Методы формирования бюджета.

#### **Тема 10. Управление маркетинговыми каналами**

Понятие маркетинговых каналов. Необходимость возникновения маркетинговых каналов. Основные потоки в маркетинговых каналах. Функции и виды деятельности в каналах. Характеристики маркетингового канала: тип, уровень, длина, ширина, степень интенсивности распределения. Понятие оптовых, розничных, корпоративных и нерегулярных каналов. Участники маркетинговых каналов. Решение компании о дизайне канала. Факторы, влияющие на структуру канала. Маркетинговая логистика. Стратегии охвата рынка. Интенсивный и селективный сбыт. Эксклюзивный сбыт и франчайзинговые системы. Коммуникационные

стратегии в канале распределения. Стратегии вталкивания и втягивания. Управление розничной торговлей. Торговые компании. Торговый маркетинг. Развитие маркетинговых функций в розничной торговле. Прямой маркетинг и его инструменты. Интернет и развитие маркетинговых каналов. Интерактивный маркетинг и электронная торговля. Международные аспекты развития маркетинговых каналов.

### **Тема 11. Маркетинговые коммуникации**

Продвижение товара и его функции. Этапы разработки эффективной коммуникации. Реклама. Роль рекламы в организации сбыта. Классификация рекламы. Разработка рекламной программы. Определение целей рекламы. Оценка и выбор обращения. Создание рекламного объявления. Выбор средств рекламы. Выбор конкретных носителей рекламы. Элементы медиапланирования. Стимулирование сбыта. Особенности мероприятий стимулирования сбыта. «Жесткие» и «мягкие» методы стимулирования продаж. Особенности приемов стимулирования сбыта на различных этапах жизненного цикла товара. Стимулирование продаж, обращенное к потребителю, торговому персоналу предприятия и торговым посредникам. Личная продажа. Взаимосвязь между персональной торговлей и маркетингом. Управление службой сбыта. Принципы личной продажи. Проведение торговой презентации. Оценка деятельности торгового персонала. Паблик рилейшенз. Функции паблик рилейшенз. Общественность и общественное мнение. Отношения со средствами массовой информации. Массовые коммуникации и СМИ. Работа с прессой. Мониторинг публикаций в прессе. Работа с радио и телевидением. Отношения с потребителями. Отношения с государством и местной общественностью. Лоббирование. Работа с местными органами государственного управления и местной общественностью.

## **Содержание дисциплины «Логистика»**

### **Тема 1. Эволюция и методология логистики**

История возникновения и этапы развития логистики. Основные факторы, повлиявшие на ее экспансию. Предмет, объект и основная цель логистики, правило «7Р» (груз, качество, количество, время, место, потребитель, затраты). Парадигмы логистики. Методология и научная база логистики. Основные положения концепции логистики - системный подход, использование специализированного оборудования, обеспечение современных условий труда, полный учет логистических издержек, развитие сервиса, обеспечение адаптивности логистических систем к внешним условиям.

### **Тема 2. Понятийный аппарат логистики**

Систематизация и стандартизация терминологии в логистике. Материальные потоки как основной объект логистики. Финансовые потоки в логистике. Информационные потоки в логистике. Операционная логистическая деятельность. Определение логистической функции. Ключевые, базисные и поддерживающие функции. Распределение функций между различными службами предприятия. Определение понятия «логистическая операция». основополагающие принципы логистики. Проблемы учета издержек в логистике. Требования к системам учета издержек в логистике. Особенности учета логистических издержек. Классификация издержек в логистике. Возможности, которые открывает пооперационный учет логистических издержек при организации работы логистической системы. Экономический эффект от применения логистики.

### **Тема 3. Оптимизационные методы логистики и модели принятия решений в торговой деятельности**

Общая характеристика методов решения задач в логистике. Моделирование в логистике. Методы экспертных оценок. Экспертные системы в логистике. Задача «сделать или купить» в логистике. Метод ABC (метод Парето, метод 20/80) в логистике. Характеристика других методов логистики, применяемых в отрасли. Понятие системы. Свойства систем. Понятие логистической системы. Виды логистических систем. Определение и основные принципы системного подхода к формированию систем. Сравнительная характеристика классического и системного подхода к организации материального потока. Понятие процессного подхода. Недостатки функционального подхода к управлению предприятием. Принципы процессного

подхода. Значение процессного подхода в торговых предприятиях.

#### **Тема 4. Закупочная логистика**

Функциональные области логистики, их характеристика и взаимосвязь. Цели и задачи закупочной логистики, принципиальное отличие от традиционного снабжения. Механизмы закупочной логистики. Система поставок «точно в срок»: концепция, проблемы, пути решения, эффект от внедрения в производстве, на транспорте и в торговле. Примеры функционирования систем поставок «точно в срок» в торговле. Механизм функционирования логистики снабжения. Организация снабжения. Задача выбора поставщика в закупочной логистике. Контроль поставок. Расчет рейтинга поставщика. Задача «делать или покупать» в закупочной логистике.

#### **Тема 5. Логистика производства/операций в торговой деятельности**

Структура производственного процесса. Принципы организации производственного процесса. Виды движения материальных ресурсов в производстве. Основы оперативного планирования и управления материальными потоками в производстве. Понятие, цель и задачи производственной логистики; традиционная и логистическая концепции организации производства; требования к организации и управлению материальными потоками в производстве: ритмичность, непрерывность, надежность и минимальная трудоемкость, гибкость; эффективность применения логистического подхода к управлению материальными потоками на производстве. Организация материальных потоков в производстве: толкающие и тянущие системы управления материальными потоками в производственной логистике; логистические модели организации производственных процессов. Календарный метод планирования материальных потребностей (стандарт системы MRP I). Объемно-календарный метод планирования (стандарт концепций MRP II и ERP). Организация производственного процесса во времени: статическое представление об организации производственного процесса во времени (расчет длительности производственного цикла партии деталей; расчет оптимального размера партии; расчет длительности производственного цикла изделия); динамическое представление об организации процесса изготовления комплекта деталей.

#### **Тема 6. Распределительная логистика**

Распределительная логистика: сущность, задачи, принципиальное отличие от традиционного сбыта и оптовой продажи. Распределительная логистика и маркетинг. Выбор канала распределения. Взаимосвязь распределительной и закупочной логистики. Базисные условия поставки в договорах купли-продажи и их применение в логистике. Правила распределительной логистики. Развитие инфраструктуры товарного рынка как предпосылка логистической организации распределения. Задача «делать или покупать» в распределительной логистике. Оценка мощности логистических цепей в системе распределения торговой компании.

#### **Тема 7. Транспортная логистика**

Транспортная логистика, понятие и задачи. Применение логистических методов на транспорте в странах Западной Европы и в России. Транспортные коридоры и транспортные цепи. Транспортные терминалы. Альтернативные виды транспортировок, критерии выбора. Сравнительные логистические характеристики различных видов транспорта. Выбор вида транспорта на базе анализа полной стоимости. Принятие решения о создании собственного парка транспортных средств: зависимость от внешней и внутренней среды предприятия. Задача «делать или покупать» в транспортной логистике. Транспортные услуги, их виды. Выбор перевозчика, критерии выбора перевозчика. Разработка маршрутов и составление графиков централизованной доставки товаров автомобильным транспортом. Математический аппарат транспортной логистики.

#### **Тема 8. Информационная логистика**

Понятие, цель и задачи информационной логистики. Информационные потоки в логистике. Понятие информационной системы в логистике. Требования к информационным системам в логистике. Принципы построения информационных систем в логистике. Эффективность логистической организации информационных систем в товародвижении. Характеристика информационных систем, поддерживающих логистические процессы в торговле. Информационные системы на международном уровне. Информационные технологии в логистике. Принципиальная схема информационных потоков в микрологистической системе торговой

компании.

### **Тема 9. Реверсивная логистика**

Общие проблемы управления возвратными материальными потоками. Классификация возвратных потоков и основные способы управления ими.

### **Тема 10. Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики**

Понятие, цель и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе логистики. Сравнительная характеристика традиционной и логистической организации товаропроводящих систем. Необходимость периодической модернизации логистических систем в товародвижении. Содержание работ по проектированию и модернизации логистических систем. Методы проектирования логистических систем в товародвижении. Оценка срока окупаемости капитальных вложений в логистические системы. Принятие проектных решений в логистике с использованием критерия минимума приведенных затрат.

### **Тема 11. Управление качеством логистического сервиса**

Логистический сервис, понятие. Роль логистического сервиса в конкурентоспособности торговой предприятия. Алгоритм формирования системы логистического сервиса торгового предприятия. Показатели логистического сервиса. Методы расчета уровня логистического сервиса. Логистический сдвиг кривой затрат на сервис. Определение оптимального значения уровня логистического обслуживания. Время логистического процесса и конкурентоспособность предприятия. Виды временных циклов в логистике. «Разрыв» времени исполнения заказа и пути его сокращения. Критерии качества логистического сервиса. Влияние стратегии компании на деятельность логистики при обслуживании клиентов.

### **Тема 12. Проектирование и оптимизация складского хозяйства**

Определение понятия «склад». Классификация складов по различным признакам: площади, высоте укладки грузов, конструкции, пользователям, степени механизации складских операций, возможности доставки грузов железнодорожным или водным транспортом, специализации, месту в общем процессе движения материального потока. Положительные и отрицательные характеристики складов различных форм собственности. Основные функции складских систем. Складские операции: разгрузка транспорта, приемка товаров, размещение и хранение, отбор товаров из мест хранения, комплектование и упаковка грузов, погрузка, внутри складское перемещение грузов. Место склада в товаропроводящей логистической системе. Выбор оптимального варианта складской подсистемы логистической системы. Определение оптимального количества и места расположения складов в зоне обслуживания. Принятие решения о пользовании услугами наемного склада. Эффективное использование складских площадей. Снижение издержек. Принципы организации технологических процессов на складе. Структурный анализ складских процессов. Принципы логистической организации складских процессов. Грузопереработка: понятие, цели, принципы. Выбор подъемно-транспортного оборудования. Моделирование складских процессов: принципиальная схема материальных потоков и информационных потоков на складах; стандартизация складских процессов, технологические карты, технологические графики, типовые карты организации труда персонала склада. Проектирование складского хозяйства: схема процесса проектирования складского хозяйства, расчёт необходимых мощностей складского хозяйства. Грузовая единица - элемент сквозного логистического процесса.

### **Тема 13. Управление запасами в логистической системе**

Объективный характер материальных запасов. Совокупный материальный запас и его показатели. Материальные запасы и потоки как объекты управления логистического менеджмента. Теоретические основы управления материальными запасами. Классификация запасов и интерпретация изменения их величины. Параметры запасов и показатели их оборачиваемости. Модель управления запасами с фиксированным размером заказа. Модель управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами. Сравнение двух основных моделей управления запасами. Модель управления запасами с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня. Модель управления запасами по

максимуму-минимуму и с постоянной периодичностью пополнения запасов. Взаимосвязь управления запасами с функциями логистики. Классификация применения моделей управления запасами с помощью ABCи XYZ– распределений.

#### **Тема 14. Организационные структуры управления логистикой**

Основные функции управления. Механизм межфункциональной координации управления материальными потоками. Служба логистики в организационной структуре предприятия торговли, основные функции. Эволюция организационного обеспечения логистического менеджмента. Уровни развития логистики в торговых компаниях. Применение логистики в менеджменте торговых организаций в Российской Федерации в современных условиях. Критерии оценки деятельности службы логистики. Показатели логистики. Организационно-методические механизмы логистической координации при управлении межфункциональными конфликтами. Методы и модели разрешения межфункциональных конфликтов на основе логистической координации.

#### **Тема 15. Управление затратами в логистических системах**

Понятие логистических издержек. Анализ логистических издержек в себестоимости товара. Управление затратами на основе применения функционально-стоимостного анализа. Виды и источники возникновения логистических издержек. Трансакционные издержки в логистической системе. Пути оптимизации логистических издержек в цепочках ценности.

#### **Тема 16. Стратегическое планирование логистической деятельности**

Сущность стратегического планирования логистики. Логистическая стратегия предприятия. Стратегия логистического аутсорсинга.

#### **Тема 17. Контроллинг и аудит логистических бизнес-процессов**

Контроллинг логистических процессов в цепях поставок. Бенчмаркинг в стратегическом планировании и контроллинге логистики. Анализ и аудит логистики компании.

#### **Тема 18. Глобальные логистические системы**

Мировой рынок. Движущие силы глобализации. Международная интеграция. Свободные экономические зоны. Задачи глобальной логистики: поиск новых резервов роста за счет выхода на новые рынки сбыта, дешевые источники сырья и трудовых ресурсов за пределами национальных границ своих стран; создание большого количества компаний с широким международным разделением труда и современными информационно-компьютерными технологиями, составляющими основу интеграции в глобальных логистических системах, а также появление международных логистических посредников (транспортно-экспедиторских компаний, компаний по управлению экспертными операциями, внешнеторговых компаний) с развитой глобальной инфраструктурой; реализация процедур дерегулирования, проводимых для снятия торговых, таможенных, транспортных и финансовых барьеров на пути развития торговых и экономических взаимоотношений. Объекты глобальной логистики. Международные коммуникации. Система международных транспортных коридоров. Глобальная логистика и уровни глобальных логистических систем. Стратегия глобального размещения источников снабжения и производства. Региональные аспекты макрологистики. Организация транспортировки в глобальных цепях поставки. Базисные условия поставки. Инкотермс-2010. Проекты глобальной логистики.

### **Содержание дисциплины «Государственные и муниципальные закупки»**

#### **Тема 1. Сущность государственных и муниципальных закупок**

Государственные и муниципальные закупки: понятие в широком и узком смысле. Государственные и муниципальные нужды. Расходные обязательства государства, региона, муниципального образования. История развития системы закупок для нужд государства со времен древней Руси до настоящего времени. Основные задачи и принципы (не дискриминация, прозрачность, открытость, справедливость, эффективность, подотчетность, оперативность) системы общественных (государственных и муниципальных) закупок. Субъекты правоотношений в системе размещения государственных и муниципальных заказов.

#### **Тема 2. Правовые основы управления государственными и муниципальными закупками в РФ**

Государственное регулирование государственных и муниципальных закупок в РФ. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»: основные положения, требования к обеспечению торгов и порядку их проведения, контроль за проведением торгов. Порядок проведения конкурсов, аукционов (в том числе в электронной форме), размещения заказа способом запросом котировок, у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика). Порядок подготовки документации для проведения конкурса, аукциона (ее содержание), порядок ее предоставления, внесения изменений в ее содержание

### **Тема 3. Нормативно-правовая документация в сфере государственных и муниципальных закупок в РФ**

Гражданский кодекс РФ. Бюджетный кодекс РФ. Постановления и распоряжения Правительства РФ, нормативные и методические документы Минэкономразвития России, Федеральной антимонопольной службы, Федерального казначейства, Счетной палаты и иных федеральных органов исполнительной власти.

### **Тема 4. Основы контрактной системы: принципы и терминология контрактной системы**

Основные положения контрактной системы. Терминология контрактной системы. Принципы контрактной системы. Участники контрактной системы. Централизация закупок в контрактной системе. Совместные конкурсы и аукционы. Особенности закупок бюджетными учреждениями на основе Закона о контрактной системе.

### **Тема 5. Участники закупок. Заявки на участие в закупках Процедуры размещения заказов. Преференции в системе закупок**

Планирование закупок в контрактной системе. Обоснованность закупок. Нормирование закупок. Способы размещения заказов, условия их выбора и применения. Условия допуска к торгам. Требования к участникам торгов и к заявкам на участие в торгах. Контрактная служба. Контрактный управляющий. Специализированные организации, эксперты, экспертные организации. Порядок и требования к составлению технического задания при размещении заказов. Понятие, назначение «начальной (максимальной) цены контракта». Требования, предъявляемые законодательством к обоснованию начальной (максимальной) цены контракта (цена лота) при размещении заказов для государственных и муниципальных нужд. Способы закупки в контрактной системе. Антидемпинговые меры. Возможные злоупотребления при установлении начальной (максимальной) цены контракта. Экономические последствия установления завышенной и заниженной начальной (максимальной) цены контракта. Оценка эффективности размещения заказа. Специализация по способам и видам размещения государственных и муниципальных заказов (страховые услуги, закупка лекарственных средств и препаратов, предоставление услуг специализированных организаций, по размещению заказов на НИОКР, на размещение заказов на строительные подряды, на коммунальные услуги, ГСМ, продукты питания и др.)

### **Тема 6. Государственные и муниципальные контракты**

Порядок заключения государственного (муниципального) контракта по результатам размещения заказа. Структура и обязательные условия контракта. Подготовка проектов государственных и муниципальных контрактов. Типы контрактов, применяемых в РФ. Изменение и расторжение контракта. Возможность отказа от заключения государственного или муниципального контракта с победителем торгов, запроса котировок (или с лицами, с которыми такой контракт должен быть заключен). Порядок отказа заказчика от заключения контракта – оформляемые документы. Случаи изменения условий государственного или муниципального контракта. Изменение цены контракта. Исполнение контракта. Порядок досрочного расторжения государственного или муниципального контракта – допустимые случаи. Приемка товаров, работ и услуг по государственному или муниципальному контракту. Последствия поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг ненадлежащего качества – действия заказчика – претензионная работа. Ответственность сторон государственного или муниципального контракта. Включение сведений об участниках размещения заказа в реестр

недобросовестных поставщиков.

#### **Тема 7. Информационное обеспечение государственных и муниципальных закупок в РФ**

Требования к информационному обеспечению государственных и муниципальных закупок, установленные законодательством о размещении заказов. Информационные системы по размещению заказов. Единая информационная система. Реестры официального сайта единой информационной системы. Правовое регулирование электронных торгов. Официальный сайт РФ для размещения информации о размещении заказов. Регистрация и работа на сайте. Обзор электронных площадок. Порядок работы с официальным сайтом для размещения информации о размещении заказов для государственных и муниципальных нужд, реестром контрактов в целях получения информации о размещении заказов. Функциональные возможности официального сайта.

#### **Тема 8. Региональные особенности управления государственными и муниципальными закупками**

Региональные аспекты применения ФЗ от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Полномочия исполнительных органов государственной власти и органов местного самоуправления по формированию, размещению и исполнению государственных и муниципальных заказов. Порядок взаимодействия государственных (муниципальных) заказчиков и уполномоченного органа при размещении государственных (муниципальных) заказов. Функции отдела закупок и структурных подразделений заказчика. Виды, порядок формирования и полномочия государственных (муниципальных) комиссий по размещению заказа. Порядок привлечения к работе комиссий экспертов. Функционирование средств автоматизации размещения заказов, отчетность и планирование в региональной системе.

#### **Тема 9. Нормативно-правовое обеспечение государственных и муниципальных закупок во Владимирской области.**

Основные аспекты применения ФЗ от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» во Владимирской области. Полномочия исполнительных органов государственной власти и органов местного самоуправления Владимирской области по формированию, размещению и исполнению государственных и муниципальных заказов. Порядок взаимодействия государственных (муниципальных) заказчиков и уполномоченного органа Владимирской области при размещении государственных (муниципальных) заказов.

#### **Тема 10. Мониторинг, аудит и контроль в контрактной системе. Ответственность за нарушения в сфере закупок**

Ответственность за нарушение законодательства о размещении заказов. Способы защиты прав и законных интересов участников размещения заказа. Порядок действий участника размещения заказа при обжаловании действий (бездействия) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, конкурсной, аукционной или котировочной комиссии. Право на обжалование. Органы, уполномоченные на рассмотрение жалоб. Виды органов (по уровню власти, по ветвям власти). Порядок действий заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, конкурсной, аукционной или котировочной комиссии при обжаловании их действий (бездействия). Сроки обжалования.

#### **Тема 11. Конфликт интересов и коррупция в сфере государственных и муниципальных закупок**

Конфликт интересов в системе размещения государственных и муниципальных заказов. Коррупционные риски и индикаторы коррупции. Виды ущерба от коррупционных действий. Сущность и принципы противодействия коррупции в системе государственных и муниципальных заказов. Формы и методы противодействия коррупции в системе размещения государственных и муниципальных заказов: российский и международный опыт.

#### **Тема 12. Международный опыт закупок товаров, работ и услуг**

Международный опыт публичных закупок в развитых странах и странах с переходной экономикой, а также в международных финансовых организациях. Обзор международных норм размещения государственных заказов, применяемых способов размещения заказа и условий применения таких способов. Влияние международных источников права на регулирование размещения заказа в РФ. Особенности закупок товаров, работ и услуг в проектах, а также консультационных услуг в проектах, финансируемых международными финансовыми институтами. Российский опыт закупок по проектам, финансируемым Всемирным банком. Национальные и международные системы судебной и досудебной защиты в области размещения заказов, защиты поставщика.

## **Содержание дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров однородных групп»**

### **Тема 1. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров**

Зерно и продукты его переработки. Классификация и ассортимент отдельных групп зерномучных товаров (зерно, крупа, мука, хлеб и хлебобулочные изделия, макаронные изделия). Особенности химического состава и пищевой ценности зерномучных товаров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп зерномучных товаров.

### **Тема 2. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров**

Классификация и ассортимент плодов и овощей. Особенности химического состава и пищевой ценности, свежих плов и овощей. Требования к качеству, дефекты и болезни, условия хранения отдельных групп плодоовощных товаров.

### **Тема 3. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров**

Классификация и ассортимент отдельных групп вкусовых товаров (чай, кофе, пряности и приправы, алкогольные напитки, безалкогольные напитки). Особенности химического состава и пищевой ценности вкусовых товаров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп вкусовых товаров.

### **Тема 4. Товароведение и экспертиза кондитерских товаров**

Классификация и ассортимент кондитерских товаров (мучные и сахаристые кондитерские товары). Особенности химического состава и пищевой ценности кондитерских товаров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп кондитерских товаров.

### **Тема 5. Товароведение и экспертиза молочных товаров**

Молоко и продукты его переработки. Классификация и ассортимент молочных товаров (молоко питьевое, молочные консервы, кисломолочные товары, сыры, сливочное масло, мороженое). Особенности химического состава и пищевой ценности молочных товаров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп молочных товаров.

### **Тема 6. Товароведение и экспертиза мясных товаров**

Мясо и продукты его переработки. Классификация и ассортимент мясных товаров (мясо, колбасные изделия, мясные копчености, мясные консервы). Особенности химического состава и пищевой ценности мясных товаров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп мясных товаров.

### **Тема 7. Товароведение и экспертиза рыбных товаров**

Рыба и продукты ее переработки. Классификация и ассортимент рыбных товаров (рыба, соленые и копченые рыбные товары, рыбные консервы и пресервы). Особенности химического состава и пищевой ценности рыбных товаров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп рыбных товаров.

### **Тема 8. Товароведение и экспертиза пищевых жиров**

Классификация и ассортимент пищевых жиров (растительные масла, животные жиры, маргарин, майонез). Особенности химического состава и пищевой ценности пищевых жиров. Требования к качеству, дефекты и причины их возникновения, условия хранения отдельных групп пищевых жиров.

### **Тема 9. Основы консервирования продовольственных товаров.**

Методы консервирования. Процессы, происходящие с продуктами в процессе консервирования. Условия и сроки хранения. Особенности маркировки.

### **Тема 10. Товароведение и экспертиза текстильных товаров**

Рынок текстильных товаров. Классификация и краткая характеристика основных видов волокон. Факторы, влияющие на формирование качества и конкурентоспособность тканей. Структура тканей и ее влияние на свойства. Классификация и товароведная характеристика ассортимента тканей. Художественно-колористическое оформление. Основные ценообразующие факторы и показатели качества.

### **Тема 11. Товароведение и экспертиза швейно-трикотажных товаров**

Мировой и российский рынок одежды. Требования, предъявляемые к одежде. Формирование потребительских свойств и качества швейных изделий в процессе проектирования и изготовления. Классификация, ассортимент, товароведная характеристика ассортимента и оценка качества швейных изделий. Пути повышения конкурентоспособности одежды. Преимущества трикотажного способа производства по сравнению с ткачеством. Основные показатели структуры трикотажа. Достоинства и недостатки трикотажной одежды. Классификация, ассортимент, товароведная характеристика ассортимента и оценка качества трикотажных изделий. Пути повышения конкурентоспособности одежды.

### **Тема 12. Товароведение и экспертиза кожевенно-обувных товаров**

Кожа натуральная. Кожевенное сырьё: группировка, виды, источники поступления. Требования к кожах разного назначения. Свойства и показатели качества кож. Классификация и характеристика ассортимента кож для низа и верха обуви. Искусственные и синтетические обувные материалы. Классификация, значение и применение в обувном производстве; преимущества и недостатки по сравнению с натуральными кожами. Исходное сырьё, ассортимент, потребительские свойства, показатели качества искусственных и синтетических обувных материалов, перспективы их развития и использования. Текстильные обувные материалы, их группировка, виды, свойства, область применения. Экспертиза обувных материалов. Нормативная документация, определяющая правила, порядок и методы проведения экспертизы обувных материалов. Идентификация кожи по внешним признакам, химическим и физико-механическим показателям. Оценка качества натуральной кожи. Случаи фальсификации. Правила маркировки, упаковки, транспортирования и хранения. Понятие об обувных товарах. Современное состояние мирового и российского рынка обуви. Рациональные гардероб и нормы потребления. Особенности формирования ассортимента обуви в современных условиях. Требования, предъявляемые к кожаной обуви. Классификация кожаной обуви. Факторы, влияющие на формирование и обновление ассортимента обуви в торговом предприятии. Характеристика ассортимента кожаной обуви по видам, материалам верха, половозрастному и сезонному назначению. Экспертиза обуви. Нормативная документация, определяющая правила, порядок и методы проведения экспертизы кожаной обуви. Показатели качества и методы их определения.

### **Тема 13. Товароведение и экспертиза бытовых химических и парфюмерно-косметических товаров**

Рынок парфюмерно-косметических товаров. Факторы, формирующие ассортимент и потребительские свойства. Классификация, групповая характеристика ассортимента, показатели качества парфюмерных и косметических товаров, их упаковка, маркировка и хранение, оценка качества.

### **Тема 14. Товароведение и экспертиза изделий из пластмасс**

Роль и значение полимерных материалов в формировании потребительских свойств товаров и тары. Общая характеристика синтетических смол и пластмасс. Факторы, формирующие потребительские свойства и ассортимент пластмассовых изделий. Классификация, характеристика и методы распознавания изделий из пластмасс. Оценка качества. Особенности ухода за товарами из пластмасс.

### **Тема 15. Товароведение и экспертиза силикатных товаров**

Классификация керамических изделий. Виды керамики. Факторы, формирующие потребительские свойства, ассортимент и цену керамических изделий. Товароведная характеристика ассортимента и оценка качества. Состав и классификация стекол. Факторы, влияющие на формирование потребительских свойств, ассортимент и цену стеклянных товаров (сырье, способы формования, виды термической обработки, способы декорирования и др.). Классификация и товароведная характеристика современного ассортимента изделий из стекла. Основные ценообразующие факторы и показатели качества. Пути повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

#### **Тема 16. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных товаров**

Металлы и сплавы, применяемые для производства металлической посуды. Формирование потребительских свойств изделий в процессе производства. Классификация, современный ассортимент и требования к качеству металлической посуды. Пути повышения конкурентоспособности отечественной посуды из металлов и сплавов.

#### **Тема 17. Товароведение и экспертиза бытовых машин**

Классификация, современный ассортимент, основные эксплуатационные характеристики; основные конструктивные узлы и принцип работы. Перспективы развития ассортимента.

#### **Тема 18. Товароведение и экспертиза древесно-мебельных товаров**

Мебельный рынок России. Классификация, современный ассортимент, потребительские свойства, показатели качества и основные эксплуатационные характеристики. Перспективы развития ассортимента.

### **Содержание дисциплины «Поведение потребителей»**

#### **Тема 1. Поведение потребителей и маркетинг**

История изучения потребительского поведения. Предмет курса и методология изучения потребительского поведения. Постмодернизм как научная парадигма современных подходов к поведению потребителей. Стратегия маркетинга и поведение потребителей. Особенности организации, ориентированной на потребителя. Потребители и рынок. Основные направления и методы исследований потребительского поведения. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей.

#### **Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей**

Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические культурные и др. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение. Структура культуры: ценность; нормы (идеалы, право, мораль, обычаи, религия, мода), язык, санкции. Функционирование культуры. Межкультурные различия в поведении потребителей. Социальное пространство потребителя. Статусная позиция. Статусная роль. Роли инициатора, решателя, покупателя, пользователя. Концепция социального класса. Социальная стратификация общества и ее влияние на поведение потребителей. Классы и страты. Слоевая субкультура. Группы и их типы. Семья и домохозяйство в процессе потребления. Домохозяйство и его типы. Жизненный цикл домохозяйства (семьи). Решение домохозяйства о покупке: распределение ролей. Потребительская социализация.

#### **Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей**

Обработка информации потребителем. Характеристика психологических процессов, необходимых для обработки информации: восприятие, внимание, понимание, память. Сенсорная память, кратковременная память, долговременная память. Обучение потребительскому поведению. Методы обучения: познавательное обучение, классическое обусловливание. Основные характеристики обучения. Стратегия позиционирования продукта. Личность потребителя. Основные теоретические подходы к изучению личности: психоаналитическая теория, социальная теория, теория черт, теория Я-концепции. Образ жизни. Стиль жизни. Концепция «стиля жизни». П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал. Типологии стилей жизни. Стиль потребления. Психография. Методика VALS. Мотивация и восприятие. Ресурсы потребителей: экономические временные, познавательные.

#### **Тема 4. Модели поведения потребителей**

Основные модели поведения потребителей: рациональная, инертная, эмоциональная.

Экономическая модель поведения потребителей. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Правило максимизации полезности. Спрос на различные виды товаров. Цена и спрос. Ограниченность модели потребления в экономической теории. Понятие функции потребления. Мотив сбережений (Дж.М. Кейнс). Обзор моделей функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора и др. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена в теории покупательского спроса. Технологии потребления. Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов. Потребление в неинституциональной теории (Д. Норт). Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнаи). Общественные формации, потребление и производство, товарный фетишизм (К. Маркс). Недостаточность экономического подхода к моделированию потребления. Психологические и философские подходы к анализу потребления. Традиционное и спорадическое действие потребителя. Иррациональное поведение. Механизмы иррационального поведения: подражание, заражение, внушение. Толпа и публика. Паника. Шоппинг-наркомания. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм. Мода (Г. Зиммель. В. Зомбарт). Сакральное, ритуальное и вынужденное потребление. Гендерные модели потребления. Национальные особенности потребления. Глобализация и массовое потребление.

#### **Тема 5. Процесс принятия потребителями решения о покупке**

Потребление и покупка. Модели процесса принятия решений: осознание потребностей, информационный поиск, оценка вариантов, акт покупки, потребление. Оценка альтернатив после покупки, освобождение. Типы процессов принятия решений. Предпокупочная оценка и выбор альтернатив и оценочных критериев. Формирование набора вариантов. Правила решений. Покупочные намерения и типы покупок. Выбор источника и предмета покупок. Процессы после покупки. Послепокупочный диссонанс, потребление, избавление, оценка покупки. Моделирование покупательского поведения индивидуального потребителя. Этапы потребительского восприятия товара-новинки.

#### **Тема 6. Организационное покупательское поведение. Консьюмеризм**

Понятие делового рынка. Участники и особенности спроса на деловых рынках. Специфика поведения организаций-потребителей. Модель организационного покупательского поведения. Сущность и происхождение консьюмеризма. Консьюмеризм и экология. Союзы потребителей. Влияние консьюмеризма на товаропроизводителей. Основные права потребителей. Закон РФ «О защите прав потребителей». Защита прав потребителя при выполнении работ (оказании услуг). Государственная и общественная защита прав потребителя.

### **Содержание дисциплины «Электронная коммерция»**

#### **Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции**

Основные понятия и категории электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Формы электронной торговли.

#### **Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B), в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)**

Электронные торговые площадки: независимые, отраслевые, частные. Факторы, влияющие на развитие B2B в России. Понятие электронного правительства (E-Government). Основные понятия рынка B2G: тендер, аукционная документация, конкурсная заявка, начальная цена контракта, дата подписания контракта, обеспечение заявки. Виды закупок.

#### **Тема 3. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)**

Торговые ряды. Интернет-витрины (веб-витрины). Интернет-магазины: понятие и функции интернет-магазина; технология приобретения товаров в интернет-магазине; виды доставки товаров интернет-магазинами.

#### **Тема 4. Построение системы интернет-торговли**

Основные этапы создания системы интернет-торговли. Открытие страницы в торговом ряду. Аренда интернет-магазина. Покупка готового интернет-магазина. Разработка интернет-магазина сторонней организацией. Создание интернет-магазина собственными силами предприятия. Управление интернет-магазином.

#### **Тема 5. Технологии продвижения и оптимизации веб-сайта системы электронной коммерции**

Способы продвижения интернет-магазина. Контекстная реклама. Поисковая оптимизация. Преимущества и недостатки контекстной рекламы и поисковой оптимизации.

#### **Тема 6. Системы веб-аналитики**

Система веб-аналитики Яндекс Метрика. Система веб-аналитики Google Analytics.

#### **Тема 7. Электронные платежные системы**

Электронные платежные системы: основные понятия. Критерии выбора электронной платежной системы. Основные виды электронных платежных систем. Национальная платежная система МИР. Наиболее популярные платежные системы

#### **Тема 8. Безопасность электронной коммерции**

Безопасность предприятий электронной коммерции. Правовые основы информационной безопасности. Защита персональных данных. Ответственность за безопасность электронных платежей. Основные меры обеспечения информационной безопасности.

#### **Тема 9. Перспективы электронной коммерции**

Технологии электронной коммерции ближайшего будущего. ГИС-технологии, как основа построения электронного общества. Автоматизация розничной торговли на основе технологии RFID.

### **Содержание дисциплины «Торговый менеджмент»**

#### **Тема 1. Эволюция теории и практики менеджмента**

Наука управления, ее методы познания. Принципы управления экономическими системами, формы и методы их реализации. Эволюция теорий управления, современные теории управления. Основные положения школы научного менеджмента Ф. Тейлора и его последователей. Основные положения административной школы управления А. Файоля и его последователей. Теория бюрократии М. Вебера. Основные положения социально-психологической (человеческих отношений) школы менеджмента Э. Мэйо и его последователей. Эмпирическая и поведенческая школы современного научного менеджмента. Возникновение и развитие школы ситуационного подхода и школы системного подхода в современном научном менеджменте. Этапы развития теории и практики менеджмента. Современные теории организации. Научные подходы и виды управления экономическими системами (традиционный или проблемно-ориентированный, процессный, системный, ситуационный, синергетический). Понятие системы управления.

#### **Тема 2. Сущность, цель и задачи торгового менеджмента**

Понятия, задачи, объекты торгового менеджмента. Принципы торгового менеджмента: научности, систематизации, единоначалия и коллегиальности, централизации и децентрализации, единства распорядительности, обратной связи. Общая характеристика методов торгового менеджмента. Экономические методы. Административно-правовые методы. Социально-психологические методы. Цель и задачи торгового менеджмента.

#### **Тема 3. Функции и механизм торгового менеджмента**

Понятие, значение, место и классификация функций управления. Содержание, процесс и структура функции управления. Общие функции управления: планирование, организация, координация и регулирование, мотивация, учет и контроль. Управление предприятием как системная реализация функций управления, взаимосвязь и взаимозависимость основных функций. Основные функции торгового менеджмента. Механизм торгового менеджмента и основные его элементы.

#### **Тема 4. Роль информации в менеджменте**

Управление как процесс преобразования информации. Понятие «информация». Классификация информации, ее виды и значение, назначение по уровням управления. Нормативно-правовая информация. Этапы получения управленческой информации. Коммуникационные процессы в управлении организацией. Препятствия информационному обмену в организациях. Совершенствование искусства общения. Совершенствование коммуникаций в организации. Информационно-управляющие системы.

#### **Тема 5. Внешняя и внутренняя среда организации**

Организация как система. Составляющие части системы: вход, процесс, выход. Внутренняя среда организации. Основные переменные в самой организации, которые требуют внимания руководства: цели, структура, задачи, технология и люди. Внутренняя структура и принципы статической организации. Анализ внутренней среды организации. Внешняя среда торговой организации: поставщики, конкуренты, потребители, законы и государственные органы, технологические, экономические, социокультурные и политические факторы, а также взаимоотношения с местными сообществами. Среда прямого воздействия и среда косвенного воздействия. Анализ внешней среды организации. Неопределенности внешней среды.

#### **Тема 6. Организационные основы торгового менеджмента**

Организационно-правовые формы предприятий. Выбор наиболее эффективных организационных форм функционирования торгового предприятия и его структурных единиц. Типы и форматы торговых предприятий. Выбор типов магазинов, входящих в состав торгового предприятия. Понятие «организационная структура». Элементы, характеризующие организационную структуру управления: звенья, уровни, связи. Принципы формирования организационной структуры управления. Масштаб управляемости. Централизация и децентрализация. Виды организационных структур и их сравнительная характеристика. Виды, преимущества и недостатки, условия эффективного применения.

#### **Тема 7. Управленческие решения**

Управление как процесс принятия управленческих решений, элементы процесса и его характеристика. Виды управленческих решений. Программируемые и непрограммируемые решения. Основные подходы к принятию решений: централизованный и децентрализованный, групповой и индивидуальный, системы участия и неучастия, демократический и совещательный подходы. Этапы и процедуры процесса принятия решений: определение проблемы, установка целей, разработка альтернативных решений, выбор альтернативы, принятие и реализация решений, оценка результатов (обратная связь). Модели и методы процесса принятия решений. Индивидуальные стили принятия решений.

#### **Тема 8. Управление технологическими процессами**

Содержание торгово-технологических процессов в магазине и технологическая планировка его помещений. Основные и вспомогательные торгово-технологические процессы. Структура и последовательность торгово-технологического процесса в магазине самообслуживания. Группы помещений, обеспечивающих осуществление торгово-технологических процессов. Требования. Основные системы размещения оборудования в торговых залах. Организация процессов приёмки, хранения и подготовки товаров к продаже. Организация внутримагазинного перемещения товаров. Организация размещения и выкладки товаров в торговом зале.

#### **Тема 9. Управление процессом обслуживания покупателей**

Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей. Потребители и потребности. Целевые сегменты. Система основных элементов, формирующих уровень обслуживания покупателей в магазине. Основные понятия в области категорийного менеджмента. Виды ассортимента: промышленный и торговый; развёрнутый и укрупнённый; сложный и простой; рациональный; прогнозируемый. Ассортимент товаров как сложная система и объект управления. Формирование ассортимента товаров в магазине. Основные виды анализа эффективности ассортиментной политики. Основные ошибки в управлении ассортиментом. Влияние значений показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности предприятия. Выбор эффективных методов продажи товаров и организации

дополнительных услуг покупателям. Организация внутримагазинной рекламы и информации.

### **Тема 10. Личность менеджера. Стиль управления, власть, лидерство**

Стили руководства, их характеристика и содержание. Десять ролей менеджера (по Н. Минцбергу). Стили менеджмента по К. Левину. Модель «управленческой решетки» Р. Блейка и Д. Моутон. Модель ситуационного подхода Т. Митчелла и Р. Хауса. Стили руководства в модели «путь-цель». Модель ситуационного лидерства П.Херси и К. Бланшара. Критерии эффективности стиля управления. Власть как регулятор управленческой деятельности. Природа и сущность власти. Баланс власти менеджера и подчиненных. Виды власти: традиционная, харизматическая, эталонная, экспертная. Управляемость как фактор власти. Авторитет и псевдоавторитет руководителя. Типология власти. Этапы планирования карьеры менеджера. Основы теории лидерства. Природа и понятие лидерства. Виды лидерства. Методы определения лидерства. Личность менеджера. Основные качества менеджера. Структура внутренних и внешних компетенций менеджера. Схема ключевых элементов самосознания личности менеджера. Высшие социальные мотивации менеджера. Основы самопрезентации делового человека. Имидж как элемент самопрезентации.

### **Тема 11. Управление персоналом торгового предприятия**

Понятие «персонал торговой организации». Общие основы управления персоналом торгового предприятия. Управление численностью и составом персонала. Классификация персонала по различным признакам. Управление производительностью труда. Значение мотивации в управлении персоналом. Содержательные теории мотивации: теория иерархии потребностей А.Маслоу, теория ERG Альдерфера, двухфакторная теория Ф.Герцберга, теория приобретенных потребностей Мак Клеелланда. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий (В.Врума), теория справедливости (или теория равенства С.Адамса), модель Портера-Лоулера. Управление стимулированием труда.

### **Тема 12. Группа и команда**

Понятие группы и команды: сходства и отличия. Ключевые причины использования команд в бизнесе. Основные критерии эффективности работы команды. Этапы развития команды по Такману. Алгоритм создания эффективной команды. Процесс формирования команды. Зависимость изменения стиля руководства командой от этапов ее развития. Командные роли (типология И.Адизеса). Коррекция несбалансированной команды. Количественный состав команды: достоинства и недостатки. Основные типы поведения в команде.

### **Тема 13. Самоменеджмент. Тайм-менеджмент**

Основания функционального построения жизненной среды человека. Результативная активность человека и ее предпосылки. Фундаментальные свойства человека, обеспечивающие его связи с окружением. Способности человека, связанные с результативной активностью. Уровни совместной активности людей. Социокультурная адаптация. Социально значимая жизнедеятельность человека. Источники побуждения активности людей при взаимодействии. Теоретические основы тайм-менеджмента. Значение управления временем для профессиональной деятельности. Технология, принципы и правила тайм-менеджмента. Методы тайм-менеджмента: целеполагание, планирование, расстановка приоритетов, организация деятельности, методы самомотивации. Корпоративный тайм-менеджмент.

### **Тема 14. Экономические и финансовые основы торгового менеджмента**

Управление товарооборотом торгового предприятия. Изучение и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка. Планирование объема и реализации товаров. Нормирование и планирование товарных запасов. Планирование поступления и закупки товаров. Состав текущих затрат торгового предприятия. Факторы, влияющие на формирование текущих затрат торгового предприятия. Планирование текущих затрат. Состав доходов торгового предприятия. Планирование коммерческого дохода. Сущность и виды прибыли торгового предприятия. Управление формированием прибыли от реализации товаров. Механизмы управления прибылью. Планирование формирования и распределения прибыли. Состав активов торгового предприятия и принципы их формирования. Управление оборотными и внеоборотными активами торгового предприятия. Состав капитала торгового предприятия и источники его

формирования. Управление собственным и заёмным капиталом торгового предприятия. Формы инвестиций торгового предприятия и задачи управления ими. Управление реальными и финансовыми инвестициями. Управление денежными потоками. Управление финансовыми рисками. Управление финансовым состоянием торгового предприятия.

#### **Тема 15. Планирование стратегии и оперативной деятельности торгового предприятия**

Понятие стратегии торгового предприятия и её виды. Принципы и последовательность разработки стратегии торгового предприятия. Стратегический анализ хозяйственной деятельности. Формирование стратегических целей развития торгового предприятия. Принятие стратегических решений. Оценка разработанной стратегии развития. Управление реализацией стратегии и контроль её выполнения.

### **Содержание дисциплины «Ценообразование»**

#### **Тема 1. Теоретические основы ценообразования**

Экономическое содержание цены. Стоимость товара как объективная основа цены. Функции цен в плановой и рыночной экономике. Индивидуальная и общественная (рыночная) цена. Уровни ценообразования. Факторы и закономерности динамики цен. Методология и принципы ценообразования.

#### **Тема 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики**

Спрос и предложение. Рыночный механизм ценообразования. Причины и факторы изменчивости спроса и предложения. Спрос: понятие, шкала спроса. Закон спроса. Кривая спроса. Индивидуальный и совокупный рыночный спрос. Ценовые и неценовые факторы, вызывающие изменения спроса. Эластичность спроса, единичная эластичность, эластичный и неэластичный спрос. Показатели эластичности спроса. Перекрестная эластичность. Эластичность в точке и дуговая эластичность. Эффекты, обусловленные малоценными и низкокачественными товарами. Эффект Гиффена. Эластичность спроса по доходу. Предложение: понятие, шкала предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Предложение, его величина. Изменение предложения под воздействием ценовых и неценовых факторов. Эластичность предложения: единичная эластичность, эластичное и неэластичное предложение. Вариант совершенно неэластичного предложения. Показатели эластичности предложения. Влияние факторов времени на эластичность предложения. Эффекты избыточного спроса и предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена. Уравновешивающая функция цен. Смещение кривых спроса и предложения. Ситуации отсутствия равновесных цен. Дефицит. Излишек. Ситуации отсутствия рынка. Конкуренция и её влияние на цены. Ценовая и неценовая конкуренция. Конкуренция и типы рынков. Совокупный спрос и совокупное предложение. Рыночное ценообразование на макроэкономическом уровне. Факторы снижения и повышения цен.

#### **Тема 3. Система и виды цен**

Понятие системы цен. Параметры, характеризующие систему цен (уровень, структура, динамика). Механизмы формирования цен. Виды цен и их классификация. Свободные, регулируемые и фиксированные цены. Оптовые цены продукции промышленности, закупочные, розничные цены, цены продукции строительства, тарифы. Оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления, применения и фиксирования. Краткая характеристика отдельных видов цен. Особенности ценообразования и цен в отдельных отраслях народного хозяйства. Особенности формирования свободных цен внутреннего рынка на биржах, торгах, аукционах. Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен

#### **Тема 4. Методология ценообразования на предприятии. Затратное и ценностное ценообразование**

Метод установления цены товара на основе издержек производства. Ценовая стратегия, основанная на издержках. Метод безубыточности. Метод целевой прибыли. Определение цен с ориентацией на спрос. Стратегия ценообразования, основанная на спросе. Расчет себестоимости как базы оптовой цены товара. Классификация расходов, включаемых в себестоимость. Нормативное регулирование состава себестоимости товаров и услуг в РФ.

Прямые и косвенные затраты, их влияние на уровень себестоимости единицы товара. Постоянные и переменные расходы, их влияние на уровень и динамику себестоимости товара. Методы определения этого влияния. Учет влияния изменения постоянных расходов в калькуляции на уровень цен. Обоснование прибыли и рентабельности в оптовой цене. Анализ рентабельности товаров-конкурентов и его влияние на цену товара фирмы. Корректировка исходного уровня цены с учетом дополнительных факторов. Ценность товара и факторы её определяющие. Принципы и методы определения чувственности покупателей к цене

#### **Тема 5. Методология ценообразования на предприятии. Параметрические методы определения цен. Трансфертное ценообразование**

Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции. Торги. Тендер. Метод определения цены на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Эконометрические методы определения цен. Параметрический ряд. Метод удельных показателей. Метод регрессионного анализа. Балловый метод. Трансфертные цены и методы их определения. Применяемые при этом виды цен и методы их установления. Учет в ценообразовании инфляционных процессов. Риски в ценообразовании и страхование цен.

#### **Тема 6. Методология ценообразования на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы**

Понятие и основные цели ценовой политики. Жизненный цикл товара. Характеристика его стадий. Обоснование цены на каждой стадии жизненного цикла товара. Виды цен, используемые при определении цены на принципиально новый товар. Факторы, определяющие их выбор. Виды цен на освоенные в производстве товары. Факторы, их определяющие. Этапы разработки ценовой стратегии: сбор исходной информации, стратегический анализ, формирование стратегии. Выбор стратегии ценообразования.

#### **Тема 7. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности**

Понятие «мировой рынок». Его взаимосвязь с внутренними рынками и отличия от них. Мировые цены, закономерности и факторы их формирования. Интернациональная стоимость как основа мировых цен. Ее отличие от национальной стоимости и зависимость от нее. Соотношение спроса и предложения на товары в мировой торговле. Влияние монополий на уровень и динамику цен мирового рынка. Государственное воздействие развитых стран на мировые цены. Инфляция и цены мирового рынка. Особенности цен на экспортные товары и их отличие от внутренних цен. Контрактная цена и способ ее фиксации. Цены на экспортные товары. Виды цен, используемые в мировой торговле в зависимости от условий контракта. Цены на импортные товары. Элементы цены на импортные товары: импортная стоимость, таможенная пошлина, налог на добавленную стоимость, акцизы, транспортные расходы и их влияние на уровень цены. Таможенная стоимость и методы ее определения. Контроль за таможенной стоимостью. Валютный курс и цены. Роль государства в регулировании внешнеэкономической деятельности.

#### **Тема 8. Регулирование цен в условиях рыночной экономики**

Необходимость регулирования экономики и цен. Кейнсианская и монетаристская концепции макроэкономического регулирования. Роль государства в регулировании экономики на современном этапе. Сочетание в современной системе цен: свободных, регулируемых и установленных государством. Формы и методы воздействия государства на цены. Виды прямого (административного) и косвенного (экономического) регулирования цен. Ценовая политика государства. Органы исполнительной власти, формирующие и реализующие политику цен на федеральном и региональном уровнях. Действующие законодательные и нормативные документы в данной области. Осуществление государственного регулирования цен и тарифов в отраслях, относящихся к естественным монополиям. Перечень товаров и услуг, по которым допускается прямое регулирование цен органами исполнительной власти. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен. Монопольные цены: монопольно высокие и монопольно низкие. Сущность этих цен. Роль антимонопольных органов в выявлении монопольных цен, ограничении, пресечении монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования.

## **Содержание дисциплины «Планирование и прогнозирование цен»**

### **Тема 1. Методологические основы планирования и прогнозирования**

Сущность прогнозирования. Функции прогнозирования. Понятие прогноза. Основные методологические принципы и задачи прогноза. Классификация (типизация) прогнозов. Классификация методов прогнозирования. Сущность нормативных методов прогнозирования. Необходимость, понятие и значение внутрифирменного прогнозирования. Сущность финансового планирования на предприятии. Задачи, цели и функции финансового планирования. Основные виды финансового плана. Планирование, сбыта, цен, доходов.

### **Тема 2. Теоретические основы ценообразования**

Экономическое содержание цены. Стоимость товара как объективная основа цены. Функции цен в плановой и рыночной экономике. Индивидуальная и общественная (рыночная) цена. Уровни ценообразования. Факторы и закономерности динамики цен. Методология и принципы ценообразования.

### **Тема 3. Система и виды цен**

Понятие системы цен. Параметры, характеризующие систему цен (уровень, структура, динамика). Механизмы формирования цен. Виды цен и их классификация. Свободные, регулируемые и фиксированные цены. Оптовые цены продукции промышленности, закупочные, розничные цены, цены продукции строительства, тарифы. Оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления, применения и фиксирования. Краткая характеристика отдельных видов цен. Особенности ценообразования и цен в отдельных отраслях народного хозяйства. Особенности формирования свободных цен внутреннего рынка на биржах, торгах, аукционах. Состав и структура цены, ее основные элементы. Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен

### **Тема 4. Ценообразование в условиях рыночной экономики**

Спрос и предложение. Рыночный механизм ценообразования. Причины и факторы изменчивости спроса и предложения. Ценовые и неценовые факторы, вызывающие изменения спроса. Эластичность спроса. Показатели эластичности спроса. Предложение: понятие, шкала предложения. Закон предложения. Изменение предложения под воздействием ценовых и неценовых факторов. Эластичность предложения. Показатели эластичности предложения. Влияние факторов времени на эластичность предложения. Эффекты избыточного спроса и предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена. Ситуации отсутствия равновесных цен. Дефицит. Излишек. Ситуации отсутствия рынка. Конкуренция и ее влияние на цены. Ценовая и неценовая конкуренция. Конкуренция и типы рынков. Совокупный спрос и совокупное предложение. Рыночное ценообразование на макроэкономическом уровне. Факторы снижения и повышения цен.

### **Тема 5. Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.**

Метод установления цены товара на основе издержек производства. Ценовая стратегия, основанная на издержках. Метод безубыточности. Метод целевой прибыли. Определение цен с ориентацией на спрос. Классификация расходов, включаемых в себестоимость. Нормативное регулирование состава себестоимости товаров и услуг в РФ. Прямые и косвенные затраты, их влияние на уровень себестоимости единицы товара. Постоянные и переменные расходы, их влияние на уровень и динамику себестоимости товара. Методы определения этого влияния. Учет влияния изменения постоянных расходов в калькуляции на уровень цен. Обоснование прибыли и рентабельности в оптовой цене. Установление цены продукции на основе среднеотраслевой себестоимости и рентабельности. Стратегия ценообразования, основанная на спросе. Ценность товара и факторы её определяющие. Принципы и методы определения чувственности покупателей к цене. Индексный метод установления цены в прогнозируемом периоде.

### **Тема 6. Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр**

Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции. Торги. Тендер. Метод

определения цены на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Статистическая теория игр. Методы экспертных оценок. Эконометрические методы определения цен. Параметрический ряд. Метод удельных показателей. Метод регрессионного анализа. Балловый метод. Трансфертные цены и методы их определения. Применяемые при этом виды цен и методы их установления.

### **Тема 7. Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы**

Понятие и основные цели ценовой политики. Жизненный цикл товара. Характеристика его стадий. Обоснование цены на каждой стадии жизненного цикла товара. Виды цен, используемые при определении цены на принципиально новый товар. Факторы, определяющие их выбор. Виды цен на освоенные в производстве товары. Факторы, их определяющие. Этапы разработки ценовой стратегии: сбор исходной информации, стратегический анализ, формирование стратегии. Выбор стратегии ценообразования.

### **Тема 8. Планирование и прогнозирование цен во внешнеэкономической деятельности**

Мировые цены, закономерности и факторы их формирования. Интернациональная стоимость как основа мировых цен. Ее отличие от национальной стоимости и зависимость от нее. Соотношение спроса и предложения на товары в мировой торговле. Влияние монополий на уровень и динамику цен мирового рынка. Государственное воздействие развитых стран на мировые цены. Инфляция и цены мирового рынка. Особенности планирования цен на экспортные товары и их отличие от внутренних цен. Контрактная цена и способ ее фиксации. Цены на экспортные товары. Виды цен, используемые в мировой торговле в зависимости от условий контракта. Цены на импортные товары. Элементы цены на импортные товары: импортная стоимость, таможенная пошлина, налог на добавленную стоимость, акцизы, транспортные расходы и их влияние на уровень цены. Таможенная стоимость и методы ее определения. Контроль за таможенной стоимостью. Учет влияния валютного курса при прогнозировании цены.

### **Тема 9. Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен**

Цены и их роль в национальном счетоводстве. Динамическая макро модель рыночного ценообразования. Использование динамических моделей расчета макропоказателей. Модель межотраслевого баланса. Необходимость регулирования экономики и цен. Кейнсианская и монетаристская концепции макроэкономического регулирования. Формы и методы воздействия государства на цены. Виды прямого (административного) и косвенного (экономического) регулирования цен. Ценовая политика государства. Органы исполнительной власти, формирующие и реализующие политику цен на федеральном и региональном уровнях. Действующие законодательные и нормативные документы в данной области. Осуществление государственного регулирования цен и тарифов в отраслях, относящихся к естественным монополиям. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования. Перечень товаров и услуг, по которым допускается прямое регулирование цен органами исполнительной власти. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.

## **Содержание дисциплины «Статистика»**

### **Тема 1. Предмет, метод и задачи статистики**

Предмет статистики. Статистика как наука, её специфические особенности и связь с другими общественными науками. Научные основы статистики. Основные понятия статистической науки: статистическая совокупность, единицы и признаки совокупности, вариация признаков. Статистический показатель. Система обобщающих показателей и их взаимосвязь. Статистическая закономерность. Этапы статистического исследования социально-экономических явлений. Методы статистики. Задачи статистики и основные направления её реформирования. Организация статистики. Статистические таблицы, их виды. Принципы построения и правила оформления, их анализ. Графический метод в статистике.

Виды графиков и принципы их построения.

## **Тема 2. Статистическое наблюдение, сводка и группировка данных**

Понятие о статистическом наблюдении. Научные требования, предъявляемые к статистическому наблюдению. Программно-методологические и организационные вопросы сбора информации, их совершенствование. Организационные формы и виды статистического наблюдения. Способы статистического наблюдения. Статистическая сводка, её содержание и задачи. Программа сложной сводки. Задачи метода группировок. Значение группировок в статистическом исследовании. Виды группировок, их применение в статистике. Группировочные признаки, их обоснование и выбор. Группировки и их классификации, применяемые в статистике. Определение числа групп и величины интервала. Проведение группировки и перегруппировки данных. Использование результатов сводки и группировки для анализа социально-экономических процессов.

## **Тема 3. Абсолютные и относительные величины**

Виды абсолютных величин, единицы измерения и способы получения. Относительные величины, их виды, способы расчёта. Относительные величины планового задания, структуры, динамики, интенсивности, координации, сравнения и методы их исчисления и анализа. Взаимосвязь абсолютных и относительных величин, необходимость их комплексного применения. Методы международного сравнения абсолютных и относительных величин. Графические методы представления абсолютных и относительных величин.

## **Тема 4. Средние величины**

Средняя в статистике, её сущность и условия применения. Виды и формы средних. Средняя простая и взвешенная. Веса средней, их выбор. Расчёт средней по данным вариационного ряда распределения. Влияние структуры совокупности на уровень средней величины. Структурные средние: мода, медиана, квартили и децили. Приложения для анализа деятельности туристских фирм.

## **Тема 5. Выборочное наблюдение**

Теоретические основы выборочного наблюдения. Понятие и виды выборочного наблюдения. Генеральная и выборочная совокупности, их обобщающие характеристики. Средняя и предельная ошибки выборки для варьирующего и альтернативного признаков. Виды выборки и расчёт ошибок выборки. Определение необходимой численности выборки. Способы распространения выборочных данных на генеральную совокупность. Практика применения выборочного метода в статистике. Минимальные (робастные) и малые выборки, их особенности и области применения. Выборочные методы изучения общественного мнения.

## **Тема 6. Показатели вариации**

Понятие вариации признака в совокупности и значение её изучения. Показатели вариации признака: размах вариации, среднее квадратическое отклонение, дисперсия, коэффициент вариации. Вариационный ряд и группировка. Виды дисперсий и эмпирическое корреляционное отношение. Дисперсия альтернативного признака. Использование средних и показателей вариации в экономическом анализе.

## **Тема 7. Ряды динамики**

Виды рядов динамики и их особенности. Элементы ряда и правила его построения. Аналитические показатели анализа ряда динамики: абсолютный прирост, темп роста и прироста, абсолютное значение одного процента прироста. Средние показатели ряда динамики. Приведение рядов динамики к единому основанию. Коэффициенты опережения (отставания). Методы выявления основной тенденции развития в рядах динамики. Интерполяция и экстраполяция рядов динамики. Методы изучения сезонных явлений. Коэффициенты сезонности. Графическое изображение рядов динамики. Статистическое прогнозирование на основе рядов динамики.

## **Тема 8. Индексный метод**

Понятие об индексах в статистике. Классификация индексов. Индивидуальные, агрегатные и средние индексы. Выбор весов индексов. Индексы переменного, постоянного составов и структурных сдвигов. Взаимосвязи индексов. Индексы - дефляторы. Использование

индексов в экономическом анализе.

### **Тема 9. Корреляционно-регрессионный анализ**

Понятие корреляционной зависимости. Поле корреляции. Отрицательная и положительная корреляция. Показатели тесноты корреляционной связи: линейный коэффициент корреляции, корреляционные отношения, коэффициент детерминации. Коэффициенты корреляции рангов. Уравнение регрессии как форма аналитического выражения статистической связи. Выбор формы связи. Понятие однофакторной и многофакторной моделей связи. Определение параметров уравнения связи и их значимости. Линейная регрессия. Квадратичная регрессия. Обратная регрессия. Статистическое моделирование и прогнозирование.

## **Содержание дисциплины «Организация, технология и проектирование предприятий торговли»**

### **Тема 1. Виды услуг торговли и формы торгового обслуживания**

Виды услуг торговли. Услуги оптовой и розничной торговли. Основные и дополнительные услуги. Магазинные и внемагазинные формы продажи товаров. Формы и методы торгового обслуживания. Факторы, влияющие на выбор того или иного вида торговли и формы торгового обслуживания.

### **Тема 2. Субъекты торговой деятельности**

Основные субъекты и участники торговой деятельности, их функции, обязанности и полномочия. Торговые организации (продавцы); потребители; поставщики и партнеры по совместной деятельности; посреднические организации; государство, как потребитель и регулятор предпринимательской деятельности в целом; все заинтересованные стороны.

### **Тема 3. Состав помещений торгового предприятия**

Группы помещений торгового предприятия по функциональному назначению. Торговые и неторговые помещения: помещение для приема, хранения и подготовки товаров к продаже; административно-бытовые, подсобные и технические помещения. Основные функции производственных помещений торгового предприятия. Виды торговых помещений: торговые залы и помещения для оказания услуг. Условно-выделенные зоны торгового зала: система «входа и выхода»; контрольно-кассовая зона; зона рабочих мест продавцов; проходы для покупателей; зона выкладки, демонстрации и хранения товара; примерочная зона; зона ожидания; комфортная зона; зона информации; сервисная зона (включая зону возврата и обмена товаров); зона для оказания дополнительных услуг; демонстрационная зона; VIP-зона или комната для VIP-покупателей.

### **Тема 4. Помещения товарных складов**

Назначение и функции складов. Классификация складов: по ассортименту; выполняемым функциям (подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонные, накопительные, экспедиционные и склады досрочного завоза); режиму хранения; степени механизации; конструктивно-строительному исполнению; внешним транспортным развязкам и т.д. Виды, функции и классификация складских помещений. Группы складских помещений: основного производственного назначения; вспомогательные; подсобного назначения. Основные зоны общетоварных складов.

### **Тема 5. Требования к объемно-планировочным и конструктивным решениям торговых предприятий**

Нормативно-технологическая документация, регламентирующая проектирование и строительство предприятий торговли. Типы зданий для размещения магазинов. Виды объемно-планировочных и конструктивных решений при проектировании предприятий торговли.

### **Тема 6. Эргономика и дизайн производственной среды торговых предприятий**

Санитарно-гигиенические требования, требования противопожарной безопасности, электро- и взрывоопасности, экологической безопасности. Эргономические основы организации и проектированию рабочего места. Эргономические требования к оборудованию и мебели.

## **Тема 7. Торгово-технологические процессы предприятий оптовой и розничной торговли. Особенности их организации и управления**

Понятие и сущность торгово-технологического процесса. Понятие и основные этапы процесса товародвижения. Производственные, транспортные, социальные и торговые факторы, влияющие на выбор рационального процесса товародвижения. Принципы рационального построения процесса товародвижения. Основные схемы торгово-технологических процессов предприятий оптовой и мелкооптовой торговли. Основные и вспомогательные процессы предприятий розничной торговли. Предпродажные процессы: разгрузка, распаковка, количественная и качественная приемка товара, предпродажная подготовка, хранение, перемещение в торговый зал, мерчендайзинг.

## **Тема 8. Складской технологический процесс**

Понятие и содержание складского технологического процесса. Этапы складского технологического процесса. Влияние места приемки и получения товара, ценности груза, вида транспортного средства, тарных и упаковочных материалов, вида товара и т. п. на содержание складского технологического процесса. Транспортные и сопроводительные документы на товар. Нормативные документы на приемку продукции по количеству и качеству. Приемка товаров по количеству и качеству. Особенности приемки импортных товаров.

## **Тема 9. Типовые процессы реализации товаров**

Особенности торгово-технологических процессов реализации товаров при различных формах и методах торгового обслуживания. Основные торгово-технологические операции при реализации товаров методом продажи через прилавок; методом самообслуживания; методом открытой выкладки и методом продажи товаров по образцам. Особенности торгово-технологических процессов при реализации товаров по предварительным заказам и через торговые автоматы. Послепродажные процессы: послепродажное и гарантийное обслуживание, обратная связь с потребителями.

## **Тема 10. Персонал торгово-технологических процессов**

Участники процесса товародвижения, их функции и место в общей структуре взаимодействующих процессов. Основной и вспомогательный персонал. Административный персонал, рабочие и служащие. Основные функции персонала торговых предприятий.

## **Тема 11. Техническая оснащенность предприятий торговли. Основное торгово-технологическое оборудование**

Основные виды торгово-технологического оборудования, его назначение и функциональные возможности. Мебель для розничных торговых предприятий. Торговый инвентарь. Торговое измерительное оборудование. Контрольно-кассовые машины. Торговое холодильное оборудование. Оборудование для работы со штриховыми кодами. Торговые автоматы. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов.

## **Тема 12. Организация строительства и капитального ремонта предприятий торговли**

Организация капитального строительства и ремонта предприятий: понятие, назначение, отличия. Способы строительства. Реконструкция и ремонт предприятия торговли

## **Содержание дисциплины «Экономический анализ хозяйственной деятельности»**

### **Тема 1. Сущность и значение экономического анализа, его место в системе экономических наук**

Предмет и объекты экономического анализа. Содержание, задачи и принципы экономического анализа. Связь экономического анализа с другими науками. Роль экономического анализа в управлении коммерческими организациями и повышении эффективности их деятельности.

### **Тема 2. Предмет, задачи и виды экономического анализа**

Виды экономического анализа: классификация по отраслевому, временному, пространственному признакам, периодичности проведения, объектам управления, методике исследования, полноте охвата объектов, содержанию программы, потребителям анализа. Виды,

направления и основные методы анализа. Метод как способ исследования. Характерные черты метода экономического анализа и его определение.

Системный подход в экономическом анализе. Методика комплексного анализа и ее содержание. Роль показателей в комплексном анализе.

### **Тема 3. Способы обработки экономической информации в анализе хозяйственной деятельности предприятий**

Приемы экономического анализа. Способ сравнения в анализе. Его сущность. Типы сравнений и их цель. Способы приведения показателей в сопоставимый вид. Условия сопоставимости показателей. Нейтрализация влияния стоимостных, объемных, качественных и структурных факторов. Использование относительных и средних величин в экономическом анализе. Виды относительных и средних величин и особенности их использования для оценки результатов хозяйствования. Способы группировки информации в экономическом анализе. Особенности использования группировок, виды группировок. Балансовый способ в анализе. Его сущность, направления использования в решении разнообразных экономических задач. Использование графического способа в экономическом анализе. Виды графиков. Способы табличного отражения аналитических данных.

### **Тема 4. Методические приемы экономического анализа, их состав, характеристика и условия применения**

Методики экономического анализа как совокупность специальных приемов, применяемых для обработки экономической информации. Сущность и назначение общей и частных методик экономического анализа. Состав и правила построения экономических и аналитических таблиц. Измерители динамики процессов и явлений; единицы измерения, точность и допустимая погрешность расчетов. Научные и эмпирические методики аналитических расчетов.

### **Тема 5. Способы измерения влияния факторов в детерминированном анализе**

Взаимосвязь экономических явлений. Представление о факторном анализе. Типы факторного анализа, его основные задачи. Классификация факторов в экономическом анализе. Систематизация факторов. Детерминированное моделирование и преобразование факторных систем. Сущность, значение, правила моделирования. Способ цепной подстановки. Сущность и правила его применения. Алгоритмы расчета влияния факторов в различных типах моделей. Индексный метод. Его сущность и назначение. Способ абсолютных разниц. Его сущность, назначение и сфера применения. Порядок и алгоритмы расчета влияния факторов этим способом. Способ относительных разниц. Его сущность, назначение, сфера применения. Расчет влияния факторов этим способом. Способ пропорционального деления и долевого участия. Его сущность, назначение, сфера применения. Порядок расчета влияния факторов этим способом.

### **Тема 6. Информационное обеспечение экономического анализа**

Основные правила организации анализа. Этапы аналитического исследования. Распределение функций экономического анализа. Планирование аналитической работы. Классификация источников информации для проведения анализа. Виды информации. Подготовка и аналитическая обработка исходных данных в экономическом анализе. Документальное оформление результатов анализа: пояснительная записка, справка, заключение. Экономический паспорт как документ для обобщения результатов анализа.

### **Тема 7. Анализ внеоборотных активов организации**

Роль и значение внеоборотных активов организации в осуществлении предпринимательской деятельности. Цель, задачи и источники информации анализа основных средств. Схема анализа и формирования стоимостных показателей наличия и использования средств труда. Факторы влияющие на их уровень использования. Анализ объема, состава и динамики ВНА. Анализ технического и возрастного состояния основных средств. Анализ обобщающих показателей использования основных средств и их влияния на эффективность деятельности и прибыль торгового предприятия.

### **Тема 8. Анализ оборотных активов предприятия**

Роль и значение материального фактора в осуществлении предпринимательской

деятельности. Цель, задачи и источники информации анализа состояния и развития системы материально-технического обеспечения на предприятии. Анализ уровня обеспеченности предприятия материальными ресурсами. Анализ использования материальных ресурсов, включая малоценные и быстроизнашивающиеся предметы. Анализ структуры и динамики оборотных активов организации. Анализ оборачиваемости оборотных активов и эффективности их использования. Анализ дебиторской задолженности.

#### **Тема 9. Анализ эффективности использования товарных запасов**

Значение, задачи информационное обеспечение анализа эффективности использования товарных запасов. Оценка состояния запасов по общему объему, товарной номенклатуре, и соответствию оптимальному размеру. Изучение динамики товарных запасов и товарооборачиваемости. Определение и измерение факторов, воздействующих на состав и объемы товарных запасов и товарооборачиваемость. Методика анализа товарных запасов и товарооборачиваемости

#### **Тема 10. Анализ затрат и себестоимости продукции**

Значение, задачи информационная база анализа. Оценка изменения затрат в динамике. Выявление, расчет экономии или перерасхода издержек в целом и по отдельным статьям, элементам затрат, товарным группам или наименованиям. Изучение влияния факторов на уровень издержек обращения в целом и по отдельным статьям. Изыскание резервов экономии (снижения) затрат при сохранении или улучшении качественных или количественных показателей в коммерческой деятельности.

#### **Тема 11. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов организации**

Значение и задачи анализа. Источники информации для проведения анализа. Определение обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами. Оценка квалификационного уровня персонала предприятия. Изучение динамики и причин текучести кадров. Анализ фонда заработной платы. Значение и задачи анализа. Определение абсолютного и относительного отклонения по фонду заработной платы. Изучение соотношения между темпами роста производительности труда и уровня его оплаты.

#### **Тема 12. Анализ величины собственного капитала и обязательств организации**

Анализ состояния и структуры собственного капитала. Анализ динамики величины собственного капитала. Анализ структуры собственного капитала. Анализ использования средств собственного капитала. Анализ состава и структуры обязательств. Анализ динамики величины заемных и привлеченных средств. Анализ эффективности использования заемных и привлеченных средств. Анализ эффективности использования собственного капитала и заемных средств.

#### **Тема 13. Анализ финансовых результатов деятельности организации**

Задачи анализа и источники информации. Показатели прибыли, используемые в экономическом анализе. Анализ состава, динамики и выполнения плана балансовой прибыли. Факторы, формирующие балансовую прибыль предприятия. Влияние учетной политики предприятия на размер прибыли. Анализ финансовых результатов от реализации продукции, работ, услуг. Методика факторного анализа прибыли от реализации продукции. Анализ динамики прибыли.

#### **Тема 14. Анализ финансового состояния**

Понятие, значение и задачи анализа финансового состояния предприятия. Показатели, характеризующие структуру баланса. Методика их расчета и анализа. Факторы, определяющие степень финансового риска. Анализ финансовой устойчивости, кредито- и платежеспособности организации. Анализ равновесия между активами предприятия и источниками их формирования. Источники финансирования внеоборотных и текущих активов. Порядок определения суммы собственного оборотного капитала и его доли в формировании текущих активов. Факторы изменения величины собственного капитала. Оценка финансовой устойчивости предприятия. Анализ платежеспособности предприятия на основе показателей ликвидности баланса. Понятие платежеспособности и ликвидности.

#### **Тема 15. Диагностика вероятности банкротства организации**

Цели и задачи диагностики вероятности банкротства при определении банкротства

согласно 127-ФЗ. Виды банкротства, выделенные в законодательной и финансовой практике. Информационная база и основные методы диагностики. Методы диагностики банкротства: нормативная система критериев, модель Федотовой, модель Альтана, дискрептивная Белорусская модель, модель Бивера и др.

#### **Тема 16. Маржинальный и управленческий анализ деятельности организации**

Понятие маржинального анализа. Его возможности, основные этапы и условия проведения. Анализ функциональной связи между издержками и объемом производства продукции. Понятие, методы определения суммы постоянных и переменных затрат. Анализ функциональной связи между затратами, объемом продаж и прибылью. Определение безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия. Определение критической суммы постоянных затрат и критического уровня цены реализации.

### **Содержание дисциплины «Анализ финансовой отчетности»**

#### **Тема 1. Особенности финансового учета**

Внутренняя учетная информация компании. Финансовый учет как базовая учетная система. Принципы и требования, предъявляемые к нему. Финансовая отчетность – основной внутренний источник информации для принятия решений в сфере управления финансами.

#### **Тема 2. Финансовый анализ и методы его проведения**

Современные особенности финансового анализа. Теоретические, методологические и методические основы проведения анализа финансовой отчетности. Состав и содержание финансовой отчетности организации. Требования, предъявляемые к финансовой отчетности. Ключевые аспекты оценки финансового состояния организации.

#### **Тема 3. Бухгалтерский баланс**

Бухгалтерский баланс: структура, принципы построения актива и пассива баланса, основные статьи и их краткая характеристика. Понятие агрегированного баланса. Оценка имущественного состояния, ликвидности и платежеспособности, финансовой устойчивости организации.

#### **Тема 4. Анализ отчета о прибылях и убытках**

Анализ данных отчета о прибылях и убытках. Анализ деловой активности и эффективности хозяйственной деятельности организации. Оценка налоговой нагрузки.

#### **Тема 5. Анализ движения денежных средств**

Анализ данных отчета о движении денежных средств. Сбалансированность денежных потоков как условие постоянной платежеспособности организации. Анализ данных других форм финансовой отчетности организации.

#### **Тема 6. Анализ внеоборотных активов организации**

Роль и значение внеоборотных активов организации в осуществлении предпринимательской деятельности. Цель, задачи и источники информации анализа основных средств. Схема анализа и формирования стоимостных показателей наличия и использования средств труда. Факторы влияющие на их уровень использования. Анализ объема, состава и динамики ВНА. Анализ технического и возрастного состояния основных средств. Анализ обобщающих показателей использования основных средств и их влияния на эффективность деятельности и прибыль торгового предприятия.

#### **Тема 7. Анализ оборотных активов предприятия**

Роль и значение материального фактора в осуществлении предпринимательской деятельности. Цель, задачи и источники информации анализа состояния и развития системы материально-технического обеспечения на предприятии. Анализ уровня обеспеченности предприятия материальными ресурсами. Анализ использования материальных ресурсов, включая малоценные и быстроизнашивающиеся предметы. Анализ структуры и динамики оборотных активов организации. Анализ оборачиваемости оборотных активов и эффективности их использования. Анализ дебиторской задолженности.

#### **Тема 8. Международные стандарты финансовой отчетности**

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО): понятие, главные цели и

принципы формирования. Основные отличия от российских стандартов бухгалтерского (финансового) учета. Тенденции трансформации российских стандартов с позиции их сближения с МСФО.

#### **Тема 9. Принятие краткосрочных финансовых решений**

Управление оборотными средствами. Производственный, финансовый циклы как показатели политики управления оборотными средствами компании. Анализ издержек компании по обеспечению финансового цикла. Управление запасами: основные задачи, учет и оценка затрат на материалы, планирование потребности в материалах, оптимальная партия заказа. Системы контроля. Методы анализа потока денежных средств. Управление денежными потоками. Обеспечение уровня ликвидности. Управление дебиторской задолженностью, мониторинг и контроль состояния. Формирование политики коммерческого кредитования.

#### **Тема 10. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов организации**

Классификация активов для целей управления. Активы фундаментальные, спекулятивные и с опционной составляющей. Особенности финансового планирования и управления каждой группой активов. Идентификация и выявление избыточных активов компании. Задача сокращения избыточных активов как баласта фирмы. Определение и оценка стоимости неявных активов (они позволяют получать будущую прибыль в соответствии с МСФО, однако не имеют никаких правоустанавливающих документов). 1 фактор устойчивого развития: соотношение неявных активов и стоимости собственного капитала. Определение вероятности враждебного поглощения. Анализ долговой нагрузки. 2 фактор устойчивого развития: Соотношение долг / EBITDA. 3 фактор устойчивого развития: соотношения между тремя видами деятельности в анализе и моделировании потока денежных средств. 4 фактор устойчивого развития: структура операционного потока денежных средств на основе косвенного метода.

#### **Тема 11. Анализ величины собственного капитала и обязательств организации**

Анализ состояния и структуры собственного капитала. Анализ динамики величины собственного капитала. Анализ структуры собственного капитала. Анализ использования средств собственного капитала. Анализ состава и структуры обязательств. Анализ динамики величины заемных и привлеченных средств. Анализ эффективности использования заемных и привлеченных средств. Анализ эффективности использования собственного капитала и заемных средств.

#### **Тема 12. Анализ финансовых результатов деятельности организации**

Задачи анализа и источники информации. Показатели прибыли, используемые в экономическом анализе. Анализ состава, динамики и выполнения плана балансовой прибыли. Факторы, формирующие балансовую прибыль предприятия. Влияние учетной политики предприятия на размер прибыли. Анализ финансовых результатов от реализации продукции, работ, услуг. Методика факторного анализа прибыли от реализации продукции. Анализ динамики прибыли.

#### **Тема 13. Анализ финансового состояния**

Понятие, значение и задачи анализа финансового состояния предприятия. Показатели, характеризующие структуру баланса. Методика их расчета и анализа. Факторы, определяющие степень финансового риска. Анализ финансовой устойчивости, кредито- и платежеспособности организации. Анализ равновесия между активами предприятия и источниками их формирования. Источники финансирования внеоборотных и текущих активов. Порядок определения суммы собственного оборотного капитала и его доли в формировании текущих активов. Факторы изменения величины собственного капитала. Оценка финансовой устойчивости предприятия. Анализ платежеспособности предприятия на основе показателей ликвидности баланса. Понятие платежеспособности и ликвидности.

#### **Тема 14. Диагностика вероятности банкротства организации**

Цели и задачи диагностики вероятности банкротства при определении банкротства согласно 127-ФЗ. Виды банкротства, выделенные в законодательной и финансовой практике. Информационная база и основные методы диагностики. Методы диагностики банкротства: нормативная система критериев, модель Федотовой, модель Альтана, дискрептивная Белорусская модель, модель Бивера и др.

## **Тема 15. Маржинальный и управленческий анализ деятельности организации**

Понятие маржинального анализа. Его возможности, основные этапы и условия проведения. Анализ функциональной связи между издержками и объемом производства продукции. Понятие, методы определения суммы постоянных и переменных затрат. Анализ функциональной связи между затратами, объемом продаж и прибылью. Определение безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия. Определение критической суммы постоянных затрат и критического уровня цены реализации.

### **Содержание дисциплины «Управленческий учет в сфере услуг»**

#### **Тема 1. Сущность и структура управленческого учета**

Сущность управленческого учета. Объект, предмет, цель и методы управленческого учета. Формы и этапы управленческого учета.

#### **Тема 2. Затраты и доходы управленческого учета в сфере услуг**

Сущность и классификация затрат в сфере услуг. Классификация затрат в зависимости от цели управленческого учета. Цель классификации и дальнейшего анализа затрат – формирование базы данных о затратах на предприятии для оценки возможных тенденций в их изменении, разработки и выбора оптимальных решений по управлению затратами. Понятие и классификация доходов торговых организаций.

#### **Тема 3. Калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг)**

Специфика формирования себестоимости продукции с учетом его целевой направленности. Методы калькулирования себестоимости продукции. Финансовый и налоговый аспекты.

#### **Тема 4. Процесс принятия управленческих решений по ценообразованию**

Процессы принятия, выполнения и мониторинга управленческого решения, путем выявления проблемы, постановки цели и задач; поиска информации об альтернативных вариантах действий; обработка информации; выбор оптимального курса действий из альтернативных вариантов; осуществление выбранного варианта; контроль (мониторинг) за выполнением решения и полученными результатами; сравнение полученных и планируемых результатов; корректировка действий, направленных на приведение в соответствие фактических результатов с запланированной моделью; сбор информации для последующих решений.

#### **Тема 5. Анализ безубыточности деятельности торгового предприятия**

Анализ безубыточности, окупаемости (операционный анализ) - метод решения взаимосвязанных задач, отслеживает зависимость финансовых результатов торгового предприятия от издержек и объемов продаж. Расчет операционного рычага (производственного рычага, леввериджа, леввераж). Расчет порога рентабельности; Расчет запаса финансовой прочности.

#### **Тема 6. Принятие решений в краткосрочном периоде. Анализ затраты-объем - прибыль**

Анализ соотношения «затраты - объем- прибыль» (CVP – analysis). Критическая точка – точка безубыточности. Исходные предпосылки анализа критической точки. Использование анализа критической точки при планировании объема производства, прибыли, цены на продукцию. Релевантный подход в управлении. Релевантные доходы и релевантные затраты. Альтернативные затраты. Релевантность прошлых периодов.

#### **Тема 7. Управление затратами и результатами деятельности организации посредством учетной политики**

Способы начисления и выбор способа начисления амортизации. Методы учета приобретения и списания покупных товаров. Методы списания затрат по формированию резервов.

#### **Тема 8. Содержание, виды управленческого планирования**

Виды планирования по срокам и степени детализации проработки планов. Стратегическое планирование. Бюджетирование (сметное планирование), его цели и задачи. Роль бюджетирования в управлении современным предприятием. Определение бюджета, периодичность и принципы его разработки. Основные функции бюджета.

## **Тема 9. Контроль исполнения бюджетов, «стандарт костинг»**

Сущность системы нормативного учета затрат, основные цели ее внедрения. Классификация нормативов. Использование нормативных затрат в калькулировании себестоимости продукции, работ, услуг. Анализ отклонений как средство контроля затрат. Использование гибкого бюджета в анализе отклонений для оценки фактически достигнутых результатов. Определение отклонений прямых материальных затрат, прямых трудовых затрат и общепроизводственных расходов. Двух- и трехэтапный анализ отклонений общепроизводственных расходов.

## **Содержание дисциплины «Бухгалтерский учет в сфере услуг»**

### **Тема 1. Сущность и структура бухгалтерского учета**

Сущность бухгалтерского учета. Объект, предмет, цель и методы бухгалтерского учета. Принципы бухгалтерского учета.

### **Тема 2. Предмет и метод бухгалтерского учета**

Предмет бухгалтерского учета. Объекты бухгалтерского учета. Сущность фактов хозяйственной деятельности, активов, источников финансирования, обязательств, доходов, расходов. Их классификация. Понятие расходов, доходов, обязательств, финансовых результатов. Определение метода бухгалтерского учета.

### **Тема 3. Прием первичного наблюдения в бухгалтерском учете**

Документирование и документация. Классификация первичных документов и регистров. Сущность и цели проведения инвентаризации. Классификация и порядок проведения инвентаризаций. Порядок отражения в учете излишков и недостач, выявленных в результате инвентаризации.

### **Тема 4. Прием комплексного обобщения в бухгалтерском учете**

Сущность и строение бухгалтерского баланса. Элементы бухгалтерского баланса. Классификация бухгалтерских балансов. Типы хозяйственных операций и их влияние на бухгалтерский баланс. Бухгалтерская отчетность: сущность, состав, требования.

### **Тема 5. Прием обобщения и группировки данных в бухгалтерском учете**

Определение, строение и характеристики бухгалтерского счета. Порядок открытия бухгалтерского счета. Классификация счетов по отношению бухгалтерскому балансу и их назначение. Схемы записей на счетах бухгалтерского учета. Сущность двойной записи. Корреспонденция счетов бухгалтерская проводки. Классификация бухгалтерских проводок. Алгоритм составления корреспонденции счетов.

### **Тема 6. Прием и инвентаризация в бухгалтерском учете**

Определение нормативной базы для проведения имущества инвентаризации. Частота проведения инвентаризации имущества и обязательств. Порядок проведения инвентаризации, списания недостач и отражение излишков в балансе организации.

### **Тема 7. Прием стоимостного измерения в бухгалтерском учете**

Сущность, виды и порядок оценки. Сущность, классификация и значение калькуляции.

### **Тема 8. Формы бухгалтерского учета**

Понятие и сущность формы бухгалтерского учета. Мемориально-ордерная форма бухгалтерского учета. Журнально-ордерная форма бухгалтерского учета. Автоматизированная форма бухгалтерского учета. Упрощенная форма бухгалтерского учета.

### **Тема 9. Построение бухгалтерского учета на предприятии**

Бухгалтерский аппарат, его структура и функции. Права и обязанности руководителя и главного бухгалтера в вопросах ведения бухгалтерского учета.

## **Содержание дисциплины «Управление продажами»**

### **Тема 1. Сущность управления продажами**

Рыночная среда как основа управления продажами. Понятие термина продаж. Сущность управления продажами. Развитие школы продаж: классическая школа продаж, школа

консультационных продаж, школа стратегических продаж. Маркетинговая концепция и ее влияние на развитие продаж. Социально-экономическая сущность управления продажами. Сбалансированная система ценностей. Субъекты и объекты продаж товарной продукции.

### **Тема 2. Стратегия продаж**

Сущность, факторы и этапы формирования сбытовой стратегии. Каналы сбыта товаров и услуг: виды и функции. Методы сбыта товаров и услуг на рынке, условия применения. Функции управления сбытом, сбытовая стратегия. Корпоративные стандарты продаж. Система организации продаж. План продаж, его виды, формы и методы разработки. Прогнозирование объемов продаж. Pull-стратегия и Push-стратегия продаж. SMART-модель. Управление каналами распределения. Возможные участники каналов распределения. Выбор достойного коммерческого партнера (дилера, дистрибьютера). ABC-анализ партнеров и клиентов. Тайнственный покупатель. Аудит системы продаж. Использование информации в принятии управленческих решений и планировании, анализ рыночных возможностей компании, продажи в эпоху управления отношениями с клиентами, роль личных продаж в маркетинговой стратегии, повышение степени удовлетворенности и лояльности клиентов с помощью обратной связи.

### **Тема 3. Оперативное управление продажами**

Значение оперативного управления продажами для реализации долгосрочных целей компании и её стратегии. Задачи оперативного управления продажами. Элементы системы оперативного управления продажами. Организационная культура товарных продаж. Этика торгового персонала и этикет в торговых отношениях. Поведение участников продаж. Общение, переговоры с покупателями. Преодоление возражений и отказов покупателей. Создание условий для принятия покупателем решения о приобретении товара. Заключение сделки по продаже товара.

### **Тема 4. Организация работы отдела продаж**

Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы. Структура отдела продаж. Структурирование работы отдела продаж. Структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции. Определение (изменение) формата отделов зависимости от целей. Организация и управление коммерческим отделом. Планы «сверху вниз» и «снизу вверх». Ассортиментное планирование. Бюджетирование в отделе. Сопровождение и коррекция планов. Оценка планов. Работа со смежными подразделениями – повышение эффективности общего планирования. Определение, корректировка численности персонала. Мотивация удалённого персонала. Самомотивация, мотивация сотрудников материальная, финансовая. Критерии эффективности деятельности отдела продаж.

### **Тема 5. Структура продаж**

Структура продаж и ее эффективность. Подготовка к продаже. Установление контакта. Выявление потребности. Презентация коммерческого предложения. Работа с возражениями. Типы возражений и приемы их преодоления. Завершение продажи. Виды структур, их преимущества и недостатки. Цели при формировании структуры продаж. Концепция потребительского капитала в продажах. Капитал удержания клиентов. Входящая и исходящая информация клиентской базы. Сегментация клиентов. Особенности работы со старыми, новыми, перспективными и vip-клиентами. Пирамида клиентов. Работа с клиентской базой в зависимости от стратегии. Основные психологические типы поведения клиентов. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей. Подготовка к переговорам. Определение цели и темы переговоров. Сбор информации о противоположной стороне. Сравнительный анализ позиций каждой из сторон. Распределение ролей при групповых переговорах. Подбор и подготовка места для переговоров, выбор времени. Формирование окончательного формата сделки. Подтверждение окончательного варианта продажи.

### **Тема 6. Особенности продажи услуг**

Что такое услуга. Позиционирование услуги. Услуги для B2B-клиентов (предприятий) и для

физических лиц. Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта. Особенности реализации услуг. Технология проведения эффективной презентации услуги. Ресурсы для продажи услуги. Персонал по продвижению услуг. Варианты первичных контактов, в т.ч. по телефону. Этапы продажи услуги. Построение модели продажи услуг.

Стандартизация услуг. Сертификация услуг. Качество услуг.

#### **Тема 7. Управление оптовыми продажами**

Оптовая торговля. Группы и функции оптовиков. SMART- принцип в оптовых продажах. Типы оптовых продаж, сложные продажи. Регламент и этапы оптовых продаж. Выбор контактных лиц. Сегментация информации при общении с разными представителями клиента. Инструменты для вторичных продаж. Методы симулирования сбыта. Мотивация каналов сбыта. Планирование и управление дебиторской задолженностью. Командировки – основные правила работы. Анализ оптовых продаж. Правила подготовки и проведения презентаций. Правила подготовки письменных оферт. Особенности продаж государственным органам. Государственные закупки.

#### **Тема 8. Управление продажами в розничной торговле**

Сетевая торговля и технологии розничной торговли. Франчайзинг. Способы и формы осуществления торговой деятельности. Классификация торговых розничных предприятий. Дистанционные и прямые продажи. Точки прямых продаж в местах активных коммуникаций и общие тенденции в рознице. Построение отношений с торговыми сетями. «Плата за вход» и «Плата за полку». Требования, предъявляемые торговой сетью к поставщикам. Концепция управления товарным ассортиментом и категорийный менеджмент. Мерчандайзинг. Оценочные показатели товарного ассортимента. Развитие собственных торговых марок. Критерии выбора торговой площади под магазин. Атмосфера магазина.

Критерии эффективности деятельности торгового персонала. Подбор, обучение и мотивация различных категорий торгового персонала. Особенности деятельности торгового персонала. Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами.

#### **Тема 9. Информационные технологии продаж. Интернет-продажи**

Значение информационных технологий в коммерции. Системы интранет и экстранет в организации оптовой и розничной торговли. Развитие электронной торговли в России. Интернет как канал сбыта. Модели осуществления покупок в интернете. Значение корпоративных порталов, сайтов и баннеров. Особенности организации продающих сайтов. Разработка корпоративных информационных технологий. Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. Продвижение товаров и услуг в интернете.

### **Содержание дисциплины «Бизнес-планирование»**

#### **Тема 1. Цели и задачи бизнес-планирования**

Понятие бизнес-планирования, его общая характеристика. Цели составления бизнес-плана. Роль бизнес-планирования в системе управления. Типы и формы бизнес-планов: внутрифирменный бизнес-план; инвестиционный проект; план финансового оздоровления. Бизнес-план как инновационный замысел. Бизнес-проект, бизнес-идея. Разработка и реализация бизнес-идеи. Классификация бизнес-планов. Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов.

#### **Тема 2. Основные этапы разработки бизнес-плана и его структура**

Этапы разработки бизнес-плана. Подготовка исходной информации. Бизнес-процессы организации. Внутрифирменное проектирование: стратегическое (перспективное); среднесрочное (бизнес-планирование), текущее (тактическое). Особенности бизнес-планирования как формы планирования. Назначение бизнес-планирования. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью. Типовая структура бизнес-плана и назначение его основных разделов. Виды разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения. Обязательные элементы бизнес-плана: титульный лист, оглавление, меморандум о конфиденциальности, деловое резюме, правовой статус организации (юридический план).

### **Тема 3. Организация процесса бизнес-планирования**

Концепция бизнеса. Описание компании, отрасли, продукции (услуг). Исследование и анализ рынка сбыта. Конкуренция и конкурентное преимущество. Выявление и оценка альтернатив. Масштаб и уровни бизнес-планирования. Система бизнес-планирования в крупных фирмах: корпоративный уровень и уровень отдельных подразделений (стратегических бизнес-единиц). Система бизнес-планирования в малых фирмах. Основные особенности проектирования бизнеса на различных стадиях развития малого (среднего) предприятия: начинающее, уцелевшее, стабильное, расширяющееся. Цикл бизнес-планирования в малом (среднем) предприятии. Организация системы бизнес-планирования. Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Использование возможностей компьютера при разработке бизнес-проекта. Презентация бизнес-плана.

### **Тема 4. Маркетинговый план**

Анализ внешней бизнес-среды. Макросреда или среда косвенного воздействия. Микросреда или среда прямого воздействия. Техника анализа внешней среды. Анализ внутренней среды. Потенциал базового предприятия и его основные блоки: товарный, технический, кадровый, финансовый, информационный. Примеры анализа внешней и внутренней среды. Описание стратегии деятельности компании (реализации проекта). Стратегия маркетинга. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникативная политика.

Маркетинговый план, его структура и содержание. Определение спроса и возможностей рынка. Комплекс маркетинга. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Жизненный цикл товара. Разработка прогноза продаж (оптимистического, пессимистического, ожидаемого и пр.)

### **Тема 5. Операционный (производственный) план**

Технология планируемой деятельности (производства, оказания услуг и пр.). Контроль производственного процесса. Производственная программа. Производственные мощности и их развитие. Потребность в долгосрочных активах. Потребность в оборотных средствах. Расчет затрат. Охрана окружающей среды.

### **Тема 6. Организационный план**

Организационная структура проекта. Планирование потребности в персонале и заработной плате. Команда проекта. Календарное планирование. Правовое обеспечение деятельности предприятия.

### **Тема 7. Финансовый план**

Источники информации для составления финансового плана. Планирование основных финансовых показателей. Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. Прогноз прибыли и убытков. Прогноз движения денежных средств. Прогнозный баланс. Выбор и обоснование объемов и источников финансирования. Формирование учетной политики. Составление и анализ прогнозного кэш-фло.

### **Тема 8. Анализ сопоставимости экономических показателей деятельности в различные инвестиционные периоды**

Простые и сложные проценты. Определение процентной ставки. Нарращение и дисконтирование, точка приведения в инвестиционном анализе. Расчет аннуитетных (рентных) платежей при кредитовании проекта.

### **Тема 9. Методические основы оценки эффективности инвестиций при разработке бизнес-плана**

Инвестиционная привлекательность проекта. Простые методы оценки эффективности. Чистая текущая стоимость проекта. Индексы доходности инвестиций. Внутренняя норма доходности. Дисконтированный срок окупаемости. Повышение эффективности инвестиций при разработке бизнес-плана.

### **Тема 10. Оценка и анализ рисков в бизнес-планировании. Презентации**

## **бизнес-планов**

Неопределенность и риск в бизнес-планировании. Методы оценки рисков. Минимизация рисков и защита от риска. Диверсификация рисков. Страхование рисков проекта. Презентации бизнес-планов.

### **Содержание дисциплины «Основы инвестиционной деятельности»**

#### **Тема 1. Экономическая сущность и классификация инвестиций**

Инвестиции как экономическая категория. Основные сущностные характеристики инвестиций предприятия как объекта управления; инвестиции как объект экономического управления; инвестиции как наиболее активная форма вовлечения накопленного капитала в экономический процесс; инвестиции как возможность использования накопленного капитала во всех альтернативных его формах; инвестиции как альтернативная возможность вложения капитала в любые объекты хозяйственной деятельности; инвестиции как источник генерирования эффекта предпринимательской деятельности; инвестиции как объект рыночных отношений, собственности, распоряжения и временного предпочтения; инвестиции как носитель факторов риска и ликвидности. Классификация инвесторов по основным признакам (по направленности основной хозяйственной деятельности; по целям инвестирования; по ориентации на инвестиционный процесс; по отношению к инвестиционным рискам; по менталитету инвестиционного поведения; по принадлежности к резидентам).

#### **Тема 2. Формирование инвестиционных ресурсов предприятия.**

Основные особенности процесса формирования инвестиционных ресурсов предприятия: основное исходное условие осуществления инвестиционного процесса; связь с процессом первоначального накопления капитала; возможность использования реинвестируемого капитала; связь со всеми стадиями жизненного цикла предприятия и стадиями инвестиционного процесса; непрерывность процесса. Классификация внутренних и внешних инвестиционных ресурсов предприятия по основным признакам.

#### **Тема 3. Сущность, цель, задачи функции и механизм управления инвестициями**

Место управления инвестициями в общей системе управления предприятием и его взаимосвязь с другими основными функциональными системами управления. Основные принципы управления инвестиционной деятельностью предприятия: интегрированность с общей системой управления предприятием; комплексный характер формирования управленческих решений; высокий динамизм управления; вариативность подходов к разработке отдельных управленческих решений; ориентация на стратегические цели развития предприятия. Система основных задач, направленных на реализацию главной цели управления инвестиционной деятельностью предприятия – обеспечение максимизации благосостояния собственников бизнеса в текущем и перспективном периоде. Функции управления инвестициями как управляющей системы и как специальной области управления предприятием.

#### **Тема 4. Управление формированием инвестиционных ресурсов предприятия**

Основные особенности процесса формирования инвестиционных ресурсов предприятия: основное исходное условие осуществления инвестиционного процесса; связь с процессом первоначального накопления капитала; возможность использования реинвестируемого капитала; связь со всеми стадиями жизненного цикла предприятия и стадиями инвестиционного процесса; непрерывность процесса; детерминированность и регулируемость параметров процесса; прямая связь с целями инвестиционной стратегии. Классификация внутренних и внешних инвестиционных ресурсов предприятия по основным признакам.

#### **Тема 5. Основные направления анализа инвестиционных процессов. Денежные потоки от проекта**

Основные источники информации инвестиционного анализа. Денежный поток инвестиционного проекта. Срочный аннуитет. Бессрочный аннуитет. Чистые инвестиции. Система показателей, используемых для оценки и анализа эффективности инвестиций. Понятие простого и сложного процента. Классификация видов процентной ставки, используемой в процессе оценки стоимости денег во времени: по использованию в процессе форм оценки

стоимости денег во времени; по стабильности уровня используемой процентной ставки в рамках периода начисления; по обеспечению начисления определенной годовой суммы процента; по условиям формирования. Систематизация основных методических подходов к оценке стоимости денег во времени.

#### **Тема 6 Концепция и методический инструментарий оценки факторов инфляции и риска**

Методический инструментарий прогнозирования годового темпа и индекса инфляции. Методический инструментарий формирования реальной процентной ставки с учетом фактора инфляции. Методический инструментарий оценки стоимости денежных средств с учетом фактора инфляции. Методический инструментарий формирования необходимого уровня доходности инвестиционных операций с учетом фактора инфляции.

#### **Тема 7 Формы реальных инвестиций и политика управления ими**

Основные формы реального инвестирования: приобретение целостных имущественных комплексов; новое строительство; реперофилирование; реконструкция; модернизация; обновление отдельных видов оборудования; инновационное инвестирование в нематериальные активы; инвестирование прироста запасов материальных оборотных активов. Основные этапы формирования политики управления реальными инвестициями.

#### **Тема 8. Управление выбором инвестиционных проектов и формированием программы реальных инвестиций**

Стадии реального инвестирования. Классификация инвестиционных проектов предприятия по основным признакам: по функциональной направленности; по целям инвестирования; по совместимости реализации; по срокам реализации; по объему необходимых инвестиционных ресурсов; по предполагаемой схеме финансирования. Структура разрабатываемого инвестиционного проекта предприятия в разрезе основных разделов.

#### **Тема 9. Оценка эффективности реальных инвестиционных проектов**

Основные показатели оценки эффективности реальных инвестиционных проектов; чистый приведенный доход; индекс доходности; индекс рентабельности; период окупаемости; внутренняя ставка доходности. Классификация рисков реальных инвестиционных проектов предприятия по основным признакам: по видам; по этапам осуществления проектов; по комплексности исследования; по источникам возникновения; по финансовым последствиям; по характеру проявления во времени; по уровню финансовых потерь; по возможности страхования. Характеристика основных видов проектных рисков предприятия. Основные этапы оценки рисков реальных инвестиционных проектов предприятия.

#### **Тема 10. Управление реализацией инвестиционных проектов**

Разработка календарного плана реализации инвестиционного проекта. Разработка бюджета реализации инвестиционного проекта. Основные этапы работ по нейтрализации проектных рисков, выполняемых на предприятии. Объективные и субъективные факторы, влияющие на уровень проектных рисков предприятия. Классификация страхования проектных рисков предприятия: по формам страхования; по объектам страхования; по объемам страхования; по используемым системам страхования; по визам страхования.

#### **Тема 11. Формы финансовых инвестиций и политика управления ими**

Финансовые инвестиции как активная форма эффективного использования временно свободного капитала. Основные формы финансового инвестирования, осуществляемые предприятием: вложение капитала в уставные фонды совместных предприятий; вложение капитала в доходные виды денежных инструментов; вложение капитала в доходные виды фондовых инструментов.

#### **Тема 12. Оценка инвестиционных качеств финансовых инструментов инвестирования**

Классификация фондовых инструментов по специфике их инвестиционных качеств: по степени предсказуемости инвестиционного дохода; по уровню риска, связанного с характером эмитента; по уровню риска и ликвидности, связанным с периодом обращения; по уровню ликвидности, связанному с характером выпуска и обращения. Основные параметры оценки

инвестиционных качеств акций: характеристика вида акций по степени защищенности размере дивидендных выплат; оценка отрасли, в которой осуществляет свою операционную деятельность эмитент; оценка основных показателей хозяйственной деятельности и финансового состояния эмитента; оценка характера обращения акций на фондовом рынке; оценка условий эмиссии акций. Основные параметры оценки инвестиционных качеств облигаций: вид облигации по характеру эмитентов, сроку погашения и формам выплаты дохода; оценка инвестиционной привлекательности региона; оценка финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия-эмитента; оценка характера обращения облигации на фондовом рынке; оценка условий эмиссии облигации.

### **Тема 13. Управление формированием и реструктуризацией портфеля финансовых инвестиций**

Типизация инвестиционных портфелей предприятия: по целям формирования инвестиционного дохода; по уровню принимаемых рисков; по уровню ликвидности; по инвестиционному периоду; по условиям налогообложения инвестиционного дохода; по стабильности структуры основных видов финансовых инструментов инвестирования; по специализации основных видов финансовых инструментов инвестирования; по числу стратегических целей формирования; по первичности формирования. Формирование портфеля финансовых инвестиций на основе современной портфельной теории. Этапы формирования портфеля финансовых инвестиций.

## **Содержание дисциплины «Управление качеством»**

### **Тема 1. Качество и удовлетворенность потребителя**

Управление предприятием по критерию качества. Цели и задачи систем качества. Термины и определения. Эволюция систем качества. Основные этапы развития современной философии качества. Отечественный опыт создания систем управления качеством.

### **Тема 2. Изучение структуры стандартов ИСО серии 9000**

Структура стандартов ИСО серии 9000. Развитие международных стандартов ИСО серии 9000.

### **Тема 3. Построение моделей систем качества**

Модель системы менеджмента качества, основанной на процессном подходе. Процессный подход как основа разработки систем качества. Методы моделирования процессов

### **Тема 4. Инструменты контроля качества. Гистограммы**

Обзор инструментов контроля качества. Гистограммы, типы гистограмм, законы распределения случайных дискретных величин.

### **Тема 5. Диаграммы Парето, диаграммы рассеяния, контрольные листы**

Диаграммы Парето. Диаграммы рассеяния, контрольные листы.

### **Тема 6. Применение базовых методов статистического управления процессами: контрольные карты Шухарта по количественному признаку**

Организация статистического наблюдения и управления процессами. Контрольные карты средних, размахов и выборочных стандартных отклонений. Контрольные карты индивидуальных значений и медиан.

### **Тема 7. Применение базовых методов статистического управления процессами: контрольные карты Шухарта по альтернативному признаку**

Статистический приемочный контроль по альтернативному признаку. Нормальный, ослабленный, усиленный контроль. Виды планов контроля: одноступенчатый, двухступенчатый, многоступенчатый. Выбор планов контроля. U, P, Np, C-контрольные карты долей и числа несоответствий.

### **Тема 8. Правовые основы, цели и основные понятия сертификации систем качества**

Понятие подтверждения соответствия в рамках Федерального закона «О техническом регулировании». Развитие сертификации на международном, региональном и национальном уровнях. Роль сертификации в повышении качества продукции и защите прав потребителей в рамках законов РФ «О защите прав потребителей» и «О техническом регулировании».

Обязательное и добровольное подтверждение соответствия. Обязательная и добровольная сертификация, декларирование соответствия. Основные цели и объекты сертификации. Термины и определения в области сертификации.

#### **Тема 9. Порядок проведения, объекты, участники, системы и схемы сертификации**

Сертификация продукции. Сертификация услуг. Сертификация систем качества. Сертификат соответствия и декларация о соответствии. Порядок проведения, объекты, участники. Схемы сертификации.

### **Содержание дисциплины**

#### **«Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия»**

#### **Раздел 1. Техническое регулирование и стандартизация**

Тема 1. Понятие технического регулирования. Основные положения Федерального закона «О техническом регулировании». Технические регламенты. Государственный надзор в сферах технического регулирования.

Тема 2. Деятельность ISO и других международных организаций по стандартизации.

Исторические основы развития стандартизации в Российской Федерации. Российские организации по стандартизации. Правовые основы стандартизации. Федеральный закон «О техническом регулировании». Основные положения государственной системы стандартизации, категории и виды стандартов.

Тема 3. Научная база стандартизации, принципы стандартизации. Система предпочтительных чисел. Ряды предпочтительных чисел. Систематизация, кодирование, классификация, унификация, симплификация, типизация и агрегатирование. Комплексная и опережающая стандартизация.

#### **Раздел 2. Основные понятия метрологии**

Тема 1. Предмет, задачи, история развития метрологии. Теоретические основы метрологии; основные понятия, связанные с объектами измерения: свойство, величина, количественные и качественные проявления свойств объектов материального мира. Шкалы измерения (наименований, порядка, интервалов, отношений, абсолютные).

Тема 2. Системы единиц физических величин. Международная система единиц физических величин SI. История создания международной системы SI. Основные единицы системы SI. Производные единицы.

#### **Раздел 3. Измерения и методы измерений**

Тема 1. Понятия: измерение, размер и размерность величины. Основные постулаты метрологии. Истинное и действительное значение величины. Измерение и контроль. Классификация измерений (однократные и многократные, равноточные и неравноточные, абсолютные и относительные, контактные и бесконтактные, статические и динамические, метрологические и технические, прямые, косвенные, совместные и совокупные).

Тема 2. Методы измерений (методы непосредственной оценки; методы сравнения с мерой: противопоставления, дифференциальный, нулевой, замещения, дополнения). Характеристики качества измерений (точность, сходимость, воспроизводимость, правильность).

#### **Раздел 4. Погрешности измерений**

Тема 1. Закономерности формирования результата измерения; понятие погрешности. Источники погрешностей, условия измерений, основная, дополнительные и суммарная погрешности средства измерений. Классификация погрешностей измерения (по способу выражения: абсолютная, относительная и приведенная погрешности; по отношению к изменению измеряемой величины: статические и динамические; по характеру проявления: систематические, случайные, грубые).

Тема 2. Систематические и грубые погрешности: причины возникновения, методы выявления и исключения. Статистические параметры рассеяния случайных погрешностей (размах, среднее арифметическое, средняя квадратическая погрешность, средняя квадратическая погрешность среднего арифметического, доверительные границы погрешности).

результата измерений и доверительный интервал). Основные законы распределения случайных погрешностей (графическое представление и аналитические зависимости). Закон нормального распределения случайных величин (закон Гаусса). Дисперсия и среднее квадратическое отклонение. Влияние среднего квадратического отклонения на форму кривой Гаусса. Суммирование погрешностей.

#### **Раздел 5. Обработка результатов измерений**

Тема 1. Классификация методов обработки результатов измерений. Обработка результатов однократных и многократных измерений. Правила округления результатов измерений.

#### **Раздел 6. Средства измерений (СИ)**

Тема 1. Классификация средств измерений. Универсальные и специальные СИ, устройство принцип действия и характеристики. Виды средств измерения (меры, измерительные приборы, измерительные преобразователи, измерительные установки, измерительные системы, измерительно-вычислительные комплексы). Измерительные приборы и измерительные преобразователи (датчики). Измерительные сигналы.

Тема 2. Метрологические характеристики СИ. Классы точности СИ. Метрологические и экономические факторы выбора средств измерений. Методики выбора СИ (приближенная, расчетная, табличная). Выбор метода измерений.

#### **Раздел 7. Обеспечение единства измерений. Государственный метрологический контроль и надзор**

Тема 1. Структура государственной метрологической службы. Основные понятия о метрологическом обеспечении. Цели и задачи метрологического обеспечения. Федеральный закон «Об обеспечении единства измерений». Нормативная, правовая и техническая базы метрологического обеспечения. Единство и точность измерений. Поверка и калибровка средств измерения. Виды поверки. Метрологическая надежность средств измерения и выбор межповерочного интервала. Эталоны единиц величин. Государственные и локальные поверочные схемы.

Тема 2. Сферы распространения ГМКиН, виды контроля и надзора. Порядок проведения испытаний и утверждения типа СИ.

#### **Раздел 8. Подтверждение соответствия**

Тема 1. Понятие подтверждения соответствия в рамках Федерального закона «О техническом регулировании». Развитие сертификации на международном, региональном и национальном уровнях. Роль сертификации в повышении качества продукции и защите прав потребителей в рамках законов РФ «О защите прав потребителя» и «О техническом регулировании».

Тема 2. Обязательное и добровольное подтверждение соответствия. Обязательная и добровольная сертификация, декларирование соответствия. Основные цели и объекты сертификации. Термины и определения в области сертификации. Сертификат соответствия и декларация о соответствии.

Тема 3. Системы сертификации. Органы по сертификации и испытательные лаборатории: функции и аккредитация. Правила и порядок проведения сертификации. Инспекционный контроль, срок действия сертификата.

#### **Раздел 9. Сертификация продукции, услуг**

Тема 1. Схемы сертификации. Сертификация продукции. Особенности сертификации автомобильных транспортных средств.

Тема 2. Сертификация услуг. Особенности сертификации услуг в сфере автомобильного транспорта.

### **Содержание дисциплины «Инновации в торговле»**

#### **Тема 1. Объективная необходимость нововведений как особой науки**

Понятие процессов функционирования и развития производства. Классификация

инноваций.

### **Тема 2. Методы генерации идей в организации.**

Методы генерирования идей: «мозговой штурм», синектика Гордона, метод Олсона, «морфологический ящик», метод «365», метод Пинг-Понга, групповые дискуссии. Барьеры воображения. Проблемы генерации идей в организации.

### **Тема 3. Восприятие инноваций в организации**

Источники инноваций в организации. Социальные роли: «аутсайдер», «инсайдер», «инноватор», менеджер, инноваторы и последователи. Восприятие инноваций в организации. Барьеры для распространения инноваций в организации. Инновации как вызов и инновации как возможность развития.

### **Тема 4. Диффузия инноваций и жизненный цикл товара (ЖЦТ)**

Понятие жизненного цикла товара (ЖЦТ) и диффузия инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Различия в распространении промышленных и потребительских инноваций. Функции маркетинга в зависимости от этапа ЖЦТ.

### **Тема 5. Восприятие потребителем инноваций**

Характеристика потребителей в зависимости от восприятия инноваций. Теории потребительского поведения. Факторы, влияющие на восприятие потребителем инноваций.

### **Тема 6. Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок**

Концепции управления потребительским поведением. Управление вниманием потребителя. Управление принятием решения о покупке. Управление лояльностью. Формирование партнерских отношений с покупателем.

### **Тема 7. Инновационный маркетинг**

Понятие инновационного маркетинга. Основные принципы инновационного маркетинга. Маркетинговые коммуникации как фактор управления покупательским поведением. Эффективность маркетинговых коммуникаций.

### **Тема 8. Новые методы продвижения товаров и услуг: социальные и интеллектуальные сети**

Новые виды маркетинговых коммуникаций (МК): мобильный маркетинг, вебсайты, интернет-реклама, вирусный маркетинг, партизанский маркетинг. Особенности маркетинга в интеллектуальных и социальных сетях. Особенности управления распространением инноваций. Проблема эффективности новых методов маркетинга.

### **Тема 9. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций**

Понятие клиентоориентированного маркетинга: сущность и показатели. Изменение системы управления маркетингом. Показатели экономической эффективности маркетинга: NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга.

5.1.3. Перечень рекомендуемой литературы и иных источников для подготовки к государственному экзамену

#### *Основная литература*

1. Аристов О.В. Управление качеством: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 224 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1356164>
2. Аскинадзи В.М. Инвестиции: учебник для вузов / В.М. Аскинадзи, В.Ф. Максимова. – М.: Юрайт, 2021. – 385 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468735>
3. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 521 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/485411>
4. Голова А.Г. Управление продажами: учебник. - М.: Дашков и К, 2020. -278 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093501>
5. Григорян Е.С. Маркетинговые коммуникации : учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 294 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002563>

6. Дмитриева И.М. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для вузов / И.В. Захаров, О.Н. Тарасова; под ред. И.М. Дмитриевой. – М.: Юрайт, 2021. – 358 с. – URL: <https://urait.ru/book/buhgalterskiy-uchet-i-analiz-468674>
7. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пос. – М.: Дашков и К, 2020. - 310 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093183>
8. Дыбская В.В. Логистика в 2 ч. Ч. 1 : учебник для вузов / В.В. Дыбская, В.И. Сергеев. – М.: Юрайт, 2021. – 317 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468714>
9. Дыбская В.В. Логистика в 2 ч. Ч. 2 : учебник для вузов / В.В. Дыбская, В.И. Сергеев. – М.: Юрайт, 2021. – 341 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/470513>
10. Елисеева Л.Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров : учебник для бакалавров / Л.Г. Елисеева, Т.Г. Родина, А.В. Рыжакова [и др.] ; под ред. докт. техн. наук, проф. Л. Г. Елисеевой. –М.: ИТК «Дашков и К°», 2020. – 949 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091800>
11. Жуковская И.Ф. Ценообразование в сфере услуг: уч. пос. / И.Ф. Жуковская, М.В. Краснова, И.В. Наумова. - Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2020. – 308 с.\*
12. Замедлина, Е. А. Товароведение и экспертиза товаров : учебное пособие. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 156 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234625>
13. Казакова Н.А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 233 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/475478>
14. Кнутов А.В. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 316 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/472990>
15. Коммерческая деятельность: уч. и практ. для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: Юрайт, 2021. - 404 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468978>
16. Купцова Е.В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / Е.В. Купцова, А.А. Степанов. – М.: Юрайт, 2021. – 435 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/469221>
17. Магомедов А.М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 266 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/473534>
18. Мамедова Н.А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для вузов / Н.А. Мамедова, А.Н. Байкова, О.Н. Морозова. – М.: Юрайт, 2020. – 421 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/447373>
19. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: уч. и практ. для вузов / С.В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна. – М.: Юрайт, 2021. - 396 с.
20. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л.А. Данченко [и др.]; под ред. Л.А. Данченко. - М: Юрайт, 2021. - 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468736>
21. Менеджмент: в 2 ч. Ч. 2.: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общ. ред. И. Н. Шапкина. – М.: Юрайт, 2021. – 313 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/472489>
22. Менеджмент: в 2 ч. Ч.1.: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общ. ред. И. Н. Шапкина. – М.: Юрайт, 2021. – 384 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/472488>
23. Румянцева Е.Е. Экономический анализ: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. - 381 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/469478>
24. Спиридонова Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 298 с. – URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-innovaciyami-474270>
25. Статистика: учебник для вузов / под редакцией И. И. Елисейевой. – М.: Юрайт, 2021. – 361 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468415>
26. Управленческий учет: учебник и практикум для вузов / О.Л. Островская, М.А. Осипов, А.Е. Карлик, Е.Б. Абдалова. – М.: Юрайт, 2021. – 435 с. – URL: <https://urait.ru/book/upravlencheskiy-uchet-468078>
27. Чалых Т.И. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: учебник для бакалавров / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е. Ю. Райкова [и др.] ; под ред. д.х.н., проф. Т.И. Чалых, к.т.н., доц. Н.В. Умалёновой. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2020. – 760 с. – URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1091158>

*Дополнительная литература*

28. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 259 с. – URL: <https://urait.ru/book/innovacionnyu-menedzhment-468908>
29. Алексеева М. Б. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для вузов / М.Б. Алексеева, П.П. Ветренко. – М.: Юрайт, 2021. – 337 с. – URL: <https://urait.ru/book/analiz-innovacionnoy-deyatelnosti-477752>
30. Алисенов А.С. Бухгалтерский финансовый учет: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 471 с. – URL: <https://urait.ru/book/buhgalterskiy-finansovyy-uchet-46910>
31. Боларев Б.П. Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 365 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078037>
32. Воронцовский А.В. Управление инвестициями: инвестиции и инвестиционные риски в реальном секторе экономики: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 391 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/476569>
33. Гаврилов Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2019. – 372 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/>
34. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 363 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/469011>.
35. Горбашко Е.А. Управление качеством : учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 397 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/477910>
36. Дашков Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): уч. для бакалавров / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К, 2019. - 456 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091479>
37. Жилкина А.Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. - 285 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/468774>
38. Жуковская И.Ф. Модели поведения потребителей: экономический, социальный и психологический подходы: учеб. пос. – Владимир: АТЛАС, 2016. – 331 с.\*
39. Изотова Г.С. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами : учебник для вузов / Г.С. Изотова, С.Г. Еремин, А.И. Галкин. – М.: Юрайт, 2021. – 396 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/485717>
40. Калачев С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 470 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/463732>
41. Карпова С.В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. – М.: Юрайт, 2021. – 439 с – URL: <https://urait.ru/bcode/467833>
42. Коммерческая логистика: уч. пос. / под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. – М.: ИНФРА-М, 2021. - 259 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1064902>
43. Кузьмина Е.Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Ч.1.: учебник и практикум для вузов / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина ; под общ. ред. Е.Е. Кузьминой. – М.: Юрайт, 2021. – 225 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468860>
44. Кузьмина, Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Ч. 2.: учебник и практикум для вузов / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина ; под общ. ред. Е.Е. Кузьминой. – М.: Юрайт, 2021. – 250 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/473017>
45. Курочкина А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 172 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/470280>
46. Куршакова Н.Б. Логистический менеджмент : учебник / Н.Б. Куршакова, Г.Г. Левкин. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 399 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1020546>
47. Лифиц И.М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И.М. Лифиц, Ф.А. Жукова, М.А. Николаева. – М.: Юрайт, 2020. – 405 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/466184>
48. Лукинский В.С. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум для вузов / В.С. Лукинский, В.В. Лукинский, Н.Г. Плетнева. – М.: Юрайт, 2021. – 359 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/469013>

49. Мархайчук М.М. Электронная коммерция: учебное пособие. – Владимир: АТЛАС, 2018. – 190 с.\*
50. Метелев С.Е. Финансы торговых организаций: уч. пос. / С.Е.Метелев, В.П.Чижик - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 199 с. – URL: [znanium.com/catalog/product/1002037](https://znanium.com/catalog/product/1002037)
51. Новиков В.Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний: учебное пособие для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 184 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/469280>
52. Нуралиев С.У. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. - 305 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093217>
53. Сергеев А.А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. – 483 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/470376>
54. Сергеев В.И. Логистика снабжения: учеб-ник для вузов / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич; под общ. ред. В.И. Сергеева. – М.: Юрайт, 2021. – 440 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/468817>
55. Сироткин С.А. Стратегический менеджмент: уч. / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская. – М.: ИНФРА-М, 2021. - 263 с.– URL: <https://znanium.com/catalog/product/958515>
56. Тугускина Г.Н. Торговый менеджмент: учебное пособие для вузов / Г. Н. Тугускина, В. М. Тимирьянова. – Р/н-Д.: Феникс, 2014. - 220 с.\*
57. Управление продажами: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. – 300 с.
58. Управление продажами: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. – 300 с.\*
59. Федорова, И. Ю. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учебное пособие для вузов / И.Ю. Федорова, А.В. Фрыгин. – М.: Юрайт, 2021. – 148 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/470218>
60. Холодкова, В.В. Управление инвестиционным проектом: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2021. - 302 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/477516>
61. Чеглов В.П. Торговое дело. Экономика и управление розничными торговыми сетями: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2021. - 309 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1056723>
62. Управление качеством: учебное пособие / Ю.Т. Шестопап, В.Д. Дорофеев, Н.Ю. Шестопап, Э.А. Андреева. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 331 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/992046>

\* – литература из фонда библиотеки ВлГУ

#### *Нормативные правовые акты*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г. (с изм. и доп.). – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ре-сурс]: принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. (с изм. и доп.). – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
3. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 05 апреля 2013 г. № 44-ФЗ (с изм. и доп.) – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
4. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (с изм. и доп.) – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
5. О средствах массовой информации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (с изм. и доп.) – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
6. О рекламе [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (с изм. и доп.) – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
7. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

8. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования [Электронный ресурс]. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

9. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

#### *Интернет-ресурсы*

Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://edu.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – URL: <http://ecsocman.edu.ru/>

Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) –

Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>

#### 5.1.4. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

К экзамену и подготовке к нему нужно относиться как к важной части обучения, как к возможности саморазвития, а не как к препятствию, которое нужно преодолеть:

- постройте свой режим дня таким образом, чтобы было достаточно времени для полноценного отдыха. Не экономьте время на сне, так как это может снизить продуктивность интеллектуальной деятельности;

- определите для себя кратковременные периоды для отдыха (10-15 минут) при проведении подготовки. Отвлечитесь, сделайте несколько простых физических упражнений - это позволит лучше усвоить материал, чем Вы будете сидеть несколько часов за учебником, не вставая с места;

- учите (повторяйте) материал последовательно, возвращаясь к каждому вопросу до трех раз (ознакомление - подробное изучение - повторение) - так более эффективно усваивается информация;

- если есть возможность, готовьтесь к экзамену группой в 3-4 человека, так можно распределить вопросы, которые каждый индивидуально подготовит, чтобы позже заниматься взаимообучением. Можно также зачитывать ответы вслух, а затем – поочередно их проговаривать;

- учить материал эффективнее не по вопросам, а по смысловым разделам. Обратите внимание на связь различных вопросов, – какие знания можно применять к ответам на самые разные вопросы в рамках курса;

- полезно делать мини-ответы, схематичные изображения и краткие записи ответов для осмысления и систематизации содержания вопросов;

- настройтесь на успех – это повышает уверенность и отражается на качестве ответа.

#### *Работа с учебной литературой (конспектом):*

- Подготовьте необходимую информационно-справочную (словари, справочники) и рекомендованную научно-методическую литературу (учебники, учебные пособия) для получения исчерпывающих сведений по каждому экзаменационному вопросу.

- Уточните наличие содержания и объем материала в лекциях и учебной литературе для раскрытия вопроса (беглый просмотр записей лекций или учебных пособий).

Подготовка к раскрытию проблемы по разным источникам – залог глубокой и основательной подготовки.

- Дополните конспекты недостающей информацией по отдельным аспектам, без которых невозможен полный ответ, используйте цветные, шрифтовые выделения, а также схемы, графики, таблицы – это помогает лучше запомнить материал.

- Распределите весь материал на части с учетом их сложности, составьте график подготовки к экзамену, предусматривающий переключение с труда на отдых.

- Подготовьте рабочее место для занятий: порядок, чистота, удобство, наличие канцелярских принадлежностей в хорошем состоянии и в нужном количестве.

- Перенесите по возможности все дела и встречи, отвлекающие от подготовки на послеэкзаменационный период.

- Внимательно прочтите материал конспекта, учебника или другого источника информации, с целью уточнений отдельных положений, структурирования информации, дополнения рабочих записей.

- Повторно прочтите содержание вопроса, пропуская или бегло просматривая те части материала, которые были усвоены на предыдущем этапе.

- Прочтите еще раз материал с установкой на запоминание. Запоминать следует не текст, а его смысл и логику. В первую очередь необходимо запомнить термины, основные определения, понятия, законы, принципы, аксиомы, свойства изучаемых процессов и явлений, основные влияющие факторы, их взаимосвязи.

- Многократное повторение материала с постепенным «сжиманием» его в объеме способствует хорошему усвоению и запоминанию.

- В последний день подготовки к экзамену проговорите краткие ответы на все вопросы, а на тех, которые вызывают сомнения, остановитесь более подробно.

- Накануне дня экзамена обеспечьте нормальный режим сна. Утром – бегло просмотрите все вопросы, мысленно кратко ответьте на них и уверенно идите на экзамен.

## **6. ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (ВКР)**

### ***6.1. Общая характеристика ВКР***

Выпускная квалификационная работа (далее ВКР) бакалавра является заключительным этапом проведения государственных итоговых испытаний и проводится после проведения государственного экзамена.

Выпускная квалификационная работа бакалавра представляет собой самостоятельное логически завершенное исследование, связанное с решением научно-практической задачи. При ее выполнении студент должен показать способности и умения, опираясь на полученные знания, решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, грамотно излагать специальную информацию, докладывать и отстаивать свою точку зрения перед аудиторией.

В ВКР студент должен показать, в какой степени он владеет универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, специальными знаниями и умением применять полученные знания в процессе самостоятельного исследования конкретной темы.

Целью защиты выпускной квалификационной работы является установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС ВО к квалификационной характеристике и уровню подготовки выпускника по направлению 38.03.06 – «Торговое дело».

### ***6.2. Требования к ВКР***

#### **6.2.1. Требования к структуре ВКР**

ВКР выполняется студентом по материалам, собранным им лично в период преддипломной практики и в период выполнения работы. Рекомендуемый объем бакалаврской работы – от 50 до 75 страниц печатного текста (не считая приложений).

Оформленная выпускная квалификационная работа должна включать в себя следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание на ВКР;
- аннотация;
- содержание;
- введение;

- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (если таковые имеются).

Титульный лист и задание на ВКР заполняются в соответствии с типовыми формами (Приложение 2 и 4).

Аннотация. Аннотация – это краткое изложение содержания ВКР, включающее основные фактические сведения и выводы, без дополнительной интерпретации или критических замечаний автора. Аннотация пишется на русском и иностранном языках. В конце аннотации указываются содержащиеся в ВКР данные.

Содержание включает в себя заголовки всех разделов (глав, пунктов), содержащихся в пояснительной записке. Обязательное требование – дословное повторение в заголовках названий структурных частей пояснительной записки.

Во введении кратко характеризуется проблема, решению которой посвящена ВКР. При этом обосновывается актуальность выбранной темы, определяется цель ВКР и совокупность задач, которые следует решить для раскрытия выбранной темы; указывается объект исследования (предприятие или его структурное подразделение, организация, фирма, и т. п.); описывается информация, на базе которой выполнена ВКР, характеризуются методы её сбора и обработки. Общий объем введения должен составлять от трех до пяти страниц.

Основная часть ВКР состоит из двух-трех разделов: первый раздел является теоретической частью исследования, а второй раздел – практической частью, которая обобщает аналитическую часть работы, третья – проектный подраздел работы.

Как правило, каждый раздел включает три подраздела. Заголовки разделов не должны повторять названия темы, а заголовки подразделов - название разделов. Каждый раздел и подраздел ВКР должны содержать законченную идею и завершаться выводом. При этом общие выводы каждого раздела обобщают и систематизируют промежуточные выводы подразделов.

Теоретическая часть является важнейшим структурным элементом, в котором раскрывается концептуальное обоснование объекта и предмета исследования (в формулировке избранной темы). В теоретической части необходимо изложить: сущность исследуемой проблемы, степень её проработанности в научной литературе; организационное, экономическое обеспечение исследуемой проблемы, краткую характеристику объекта исследования. В теоретической части ВКР проводится исследование теории и практики вопроса, которое включает: обзор отечественной и зарубежной научной литературы, в том числе периодической печати и нормативно-правовых источников, по данной теме, уточнение экономической сущности вопроса, его значения, задач и перспектив развития. Здесь же следует дать определение основных понятий, используемых в работе, т.е. сформировать понятийный аппарат, на котором будет базироваться ВКР. Данная часть должна содержать не только описание различных точек зрения ученых и специалистов в данной области, то есть отражать дискуссионность темы, но и раскрывать позицию автора по рассматриваемому вопросу. Именно здесь содержатся основные теоретические положения, сформулированные студентом при работе с научной литературой и являющиеся основой для выполнения практической части ВКР, в которой студент продемонстрирует свои умения и навыки проектной деятельности с объектом исследования. В тексте теоретической части должны содержаться ссылки на источники, использованные при ее написании.

В практической части работы необходимо дать характеристику предмета и объекта исследования. Студент должен обосновать выбор используемых показателей для характеристики предмета исследования, определить необходимые источники информации и способы её сбора. При проведении анализа используется широкий спектр методов оценки и прогнозирования: структурный, экономический, статистический, а также методы экспертных оценок и т. д. В аналитической части обобщается и анализируется управленческая (статистическая, экспертная и др.) информация. Проводится анализ первичных данных, полученных из результатов полевых исследований, целенаправленно проведенных автором для

решения поставленных в ВКР задач, и кабинетных исследований на основе вторичной информации, полученной из научных статей, отчетных и статистических материалов, периодической и специальной литературы.

В целом, анализ проводится по следующим составляющим объектной и предметной области: состояние; основные параметры и их динамика; организация; информационное обеспечение; эффективность и т.д. В результате анализа дается оценка коммерческой, маркетинговой деятельности, эффективности отдельных бизнес-процессов, выявляются организационно-управленческие проблемы в области коммерческой деятельности, маркетинга в торговле. В данном подразделе основной части ВКР дается:

- общая характеристика предприятия, на базе которого выполняется ВКР, анализ его маркетинговой/коммерческой деятельности (краткая историческая справка по предприятию; исследование правовой формы организации; анализ технико-экономических показателей деятельности предприятия, а также показателей коммерческой / маркетинговой деятельности исследуемой организации в динамике, минимум за три года (в абсолютных и относительных величинах), с расчетом темпов роста; характеристику существующей организационно-управленческой структуры организации);

- анализ системы управления коммерческой, маркетинговой деятельностью предприятия, более детальному анализу подвергается предмет исследования выпускной квалификационной работы в зависимости от выбранной темы;

- полевые исследования в области отдельных аспектов коммерческой деятельности, целенаправленно проведенные автором для решения поставленных в ВКР задач.

При выполнении аналитической части работы недопустимо ограничиваться констатацией фактов, необходимо раскрыть тенденции, выявить недостатки, определить причины их возникновения. Результатом выполнения аналитической части ВКР должны стать определение и конкретизация организационно-управленческих проблем в коммерческой /маркетинговой деятельности применительно к избранному объекту исследования, в соответствии с темой ВКР. Данные результаты используются для формулировки предложений и рекомендаций автора ВКР по результатам исследования.

Проектный подраздел практической части ВКР представляет собой разработку авторских предложений по совершенствованию предмета и объекта исследования и решения проблем, выявленных в ходе проведенного анализа. Авторские предложения должны быть направлены на решение проблем в области коммерческой деятельности / маркетинга и устранение недостатков, выявленных в аналитическом подразделе ВКР. При этом следует учитывать инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности. Авторские предложения должны носить конкретный характер и иметь детальную и тщательную проработку, необходимо просчитать и представить обоснование экономической эффективности предлагаемых рекомендаций. При невозможности расчета эффективности разработанных мероприятий должен быть применен метод экспертных оценок.

В заключении формулируются выводы по результатам проведенного исследования, характеризующие степень достижения целей и решения тех задач, которые ставились в начале работы (во введении). Заключение должно содержать краткое резюме по авторским предложениям, рекомендации по практическому использованию результатов работы. В заключении могут приводиться сведения об апробации результатов исследования, их практическом внедрении. При необходимости может быть определен круг вопросов, требующих более глубокой разработки. Объем заключения 3-4 страницы печатного текста.

Список использованных источников включает все использованные при подготовке ВКР источники: нормативные документы, учебную, специальную литературу, специальную периодику, Интернет-источники. Список должен содержать не менее 30 наименований и отражать современные достижения науки и практики в исследуемой области. В тексте ВКР должны быть сделаны ссылки на указанные в перечне литературу и источники.

Приложения – формы отчетности, первичные документы исследуемой организации, а также иная информация в виде текстов, таблиц, постановлений, положений и других

документов в полном объеме или выдержка из них со ссылкой на документ. В приложение выносится материал, который при включении в основную часть либо загромождает текст, либо затрудняет понимание работы. По тексту на каждое приложение должна быть сделана ссылка.

## 6.2.2. Требования к оформлению ВКР

Пояснительная записка должна быть выполнена с использованием компьютера и распечатана на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Текст ВКР набирается в текстовом редакторе Microsoft Word: шрифт Times New Roman – обычный, размер – 14 кегль, междустрочный интервал – полуторный, интервал после и до строки – 0 пт, верхнее и нижнее поле – 20 мм, левое поле 30 мм, правое 10 мм; абзац (красная строка) должен быть равен -1,25-1,27 см. Выравнивание устанавливается по ширине страницы.

Нумерация страниц сквозная в нижней части листа в правом углу без точки и начинается с 5 на странице ВВЕДЕНИЕ. Титульный лист, задание на ВКР, аннотация, содержание включаются в общую нумерацию, но номер страницы на них не проставляется.

Приложения в общую нумерацию страниц не включаются, и номер страницы на них не проставляется (в содержании указывается номер страницы, с которой начинаются приложения). Введение, каждая новая глава, заключение, список использованных источников, приложения начинаются с новой страницы, пункты на новую страницу не переносятся.

Главы и пункты ВКР, приложения (кроме введения, заключения, списка использованных источников) нумеруются арабскими цифрами. Первый пункт первой главы будет иметь номер 1.1., третий пункт второй главы – 2.3., четвертый пункт второй главы соответственно – 2.4. и т. д. Главы и пункты должны иметь заголовки, которые четко и кратко отражают их содержание.

Заголовки глав, а также слова: ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ начинаются с новой страницы, выравнивание по центру, без точки в конце, шрифт Times New Roman – полужирный, размер – 14 кегль, буквы прописные.

Пункты печатаются полужирным шрифтом, по центру, точка в конце заголовка не ставится. Заголовок главы отделяется от заголовка пункта одной строкой, между заголовком пункта и следующим за ним текстом – одна строка.

При наборе текста, формул, таблиц следует руководствоваться следующими правилами:

1. Прямой полужирный шрифт используется только для заголовков.
2. При оформлении нумерованных и маркированных списков следует придерживаться единообразия.
3. При наборе формул все латинские буквы обозначаются курсивом (за исключением *min*, *max* и *mod*), греческие символы, цифры и кириллица – прямым шрифтом.

Формулы и уравнения следует выносить из текста в отдельную строку с выравниванием по центру. Формулы имеют сквозную нумерацию арабскими цифрами по всему тексту ВКР. Номер формулы располагается в круглых скобках в крайне правом положении на строке, на которой находится формула. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

При цитировании наибольшего внимания заслуживает современная литература и первоисточники. При цитировании текст заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в которой дан в первоисточнике. Если цитата воспроизводит только часть предложения цитируемого текста, то после открывающихся кавычек ставят многоточие и начинают ее со строчной буквы. Цитаты или заимствованные из публикаций цифровые и другие данные оформляются в квадратных скобках, например: [12, с. 51], [25, с. 32].

Цифровой материал рекомендуется помещать в тексте ВКР в виде таблиц. Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией, Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире, выравнивание – по ширине. Шрифт в таблице по необходимости может уменьшаться до 10-12 кегля,

междустрочный интервал – одинарный. Название таблицы пишется с прописной буквы. На все таблицы должны быть ссылки в выпускной квалификационной работе.

Особое внимание следует обратить на перенос таблиц, не помещающихся на одной странице. При переносе на другой лист заголовки не пишут. В данном случае столбцы таблицы следует пронумеровать и на странице, на которую переносится таблица указать вместо заголовков столбцов таблицы их номера. При этом в правом верхнем углу страницы, на которую переносится таблица, пишут: «Продолжение табл.» или «Окончание табл.». Заголовки столбцов таблицы центрируют. После каждой таблицы необходимо выполнить оценку представленной информации и сделать выводы.

Если в тексте ВКР будут представлены рисунки (графики, схемы), под ними должна быть сделана подрисовочная надпись, которая оформляется 14 кеглем симметрично расположению рисунка. Нумерация рисунков сплошная от начала до конца ВКР. Главы и пункты не должны заканчиваться рисунком или таблицей.

Приложения следует оформлять как продолжение отчета на ее последующих страницах, располагая приложения в порядке появления на них ссылок в тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа страницы слова «Приложение», его обозначения и степени. Приложения обозначают арабскими цифрами, начиная с 1. После слова «Приложение» следует цифра, обозначающая его последовательность. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Список использованных источников оформляется в соответствии с ГОСТ 7.82-2001 и ГОСТ 7.1-2003.

В начале в списке указываются нормативные правовые акты (федеральные, региональные, муниципальные), ГОСТы, СНиПы, СП, ЕНИРы, ТУ и др. Вслед за указанными документами располагаются остальные источники, использованные при написании ВКР: книги, статьи и электронные издания в алфавитном порядке.

### 6.2.3. Требования к порядку выполнения ВКР

Кафедра разрабатывает, утверждает и доводит до сведения студентов перечень тем ВКР. Темы соответствуют области, видам профессиональной деятельности выпускника.

Студенту предоставляется право выбора темы и руководителя ВКР по предложенному выпускающей кафедрой перечню тем. По письменному заявлению (приложение 3) студента (нескольких студентов, выполняющих ВКР совместно) кафедра может в установленном порядке предоставить ему (им) возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной студентом(ами), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Тема, руководитель ВКР и, при наличии, консультанты закрепляются за студентом (несколькими студентами, выполняющими ВКР совместно) приказом ректора.

Руководитель бакалаврской работы назначается из числа профессорско-преподавательского состава выпускающей кафедры или высококвалифицированных специалистов-практиков других организаций или учреждений приказом ректора по представлению кафедры.

Руководитель обязан:

- выдать задание на бакалаврскую работу в период прохождения производственной преддипломной практики;
- оказывать студенту помощь в разработке графика выполнения ВКР;
- рекомендовать студенту необходимую литературу, правовые и нормативные акты, справочные материалы, типовые работы и другие источники по теме исследования;
- проводить систематические, предусмотренные расписанием консультации с выпускником, а также консультировать его по мере надобности;

- проверять выполнение работы (по частям и в целом), определять степень выполнения поэтапно.

В соответствии с графиком учебного процесса студент выполняет бакалаврскую работу и периодически отчитывается перед руководителем. Студент, своевременно не выполняющий график, при необходимости (по заявлению руководителя) заслушивается на заседании кафедры и это оформляется выпиской из протокола заседания кафедры. Информация, полученная руководителем, позволяет установить процент готовности бакалаврской работы, обеспечить гласность результатов поэтапной проверки, своевременно принять меры по устранению выявленных недостатков в работе студента.

Задание на выполнение бакалаврской работы разрабатывается руководителем совместно со студентом. Оно разрабатывается в течение недели после подписания приказа о закреплении за студентами тем ВКР и назначении руководителей и консультантов (при необходимости) и выдается студенту в письменном виде на бланке установленного образца. Задание должно быть подписано выпускником и его руководителем. После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель выпускной квалификационной работы представляет письменный отзыв о работе обучающегося в период

подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы. Перед защитой выпускной квалификационной работы проводится предзащита с целью выявления степени готовности работы.

Выпускные квалификационные работы подлежат проверке на объем заимствования с использованием системы анализа текстов на наличие заимствований пакета «Антиплагиат». Обучающийся допускается к предзащите и защите выпускной квалификационной работы при наличии в ней не менее 50% оригинального текста.

Выпускная квалификационная работа в электронном и бумажном виде, а также отзыв передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за 4 рабочих дня до защиты выпускной квалификационной работы.

Брошюрование ВКР осуществляется в следующем порядке:

- титульный лист;
- задание на ВКР;
- аннотация;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (если таковые имеются).

В конец ВКР сброшюровывают файлы открытой частью вверх, в которые вкладываются:

1. Отзыв руководителя ВКР, рецензия на ВКР (если таковая имеется), акт (справка) о внедрении (если таковые имеются);
2. Заключение комиссии по проверке ВКР на объем заимствования, заявление о самостоятельном характере выполнения ВКР;
3. CD/DVD-диск с презентацией или распечатанная презентация (если таковые имеются) и ВКР.

ВКР переплетается типографским способом либо лентой в твердой обложке. Не допускается скрепление ВКР железными предметами (скрепками, скобами, скоросшивателями).

## **7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

## **7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения ОПОП**

### 7.1.1. Примерный перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

1. Проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи товаров
2. Бухгалтерский баланс. Система счетов и двойная запись. Нормативно-законодательная база
3. Нормативно-правовые основы защиты прав потребителей
4. Системы и инструментарий электронной коммерции
5. Технологии электронных платежей. Российские и международные платёжные системы
6. Обеспечение безопасности систем электронной коммерции
7. Основные программные продукты, используемые в логистических системах торговых компаний
8. Понятие модели, математического моделирования, моделирования в экономике
9. Алгоритм решения транспортной задачи
10. Простые и сложные проценты. Формулы для вычисления простых и сложных процентов. Области применения. Эффективная годовая процентная ставка
11. Понятие финансовой ренты. План погашения кредита
12. Система учета логистических издержек и пути их оптимизации
13. Оптимизация решений по управлению в логистике при использовании ABC и XYZ анализов
14. Моделирование систем управления запасами
15. Методы оценки эффективности инвестиций в создание торговой организации
16. Техничко-экономические показатели работы розничного торгового предприятия
17. Система налогообложения торговой деятельности. Формирование налоговой политики торгового предприятия. Налоговое планирование.
18. Текущие затраты торгового предприятия и их классификация. Методы учёта затрат и калькулирования
19. Нормативно-правовые основы обеспечения торговой деятельности
20. Правовые основы сертификации товаров и услуг в РФ
21. Нормативно-правовые основы банкротства и ликвидации торговых организаций
22. Нормативно-правовая база и таможенно-тарифный механизм регулирования внешнеторговых операций
23. Понятие и виды статистического наблюдения
24. Ряды распределения: понятие, виды, элементы
25. Методы выявления корреляционной связи. Уравнение парной регрессии. Уравнение множественной регрессии. Показатели тесноты связи между количественными признаками
26. Информационные системы, используемые при управлении запасами в торговле
27. Геоинформационные системы в логистике
28. Информационные системы, используемые при управлении процессами складирования торговых грузов
29. Система документирования операций на складе с использованием информационных технологий
30. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация и назначение
31. Маркировка товаров: понятие и основные функции. Виды маркировки. Структура маркировки
32. Штриховое кодирование: понятие, назначение. Классификация штриховых кодов и их структура
33. Маркировка продовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования

к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных и разнородных групп

34. Маркировка непродовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных и разнородных групп

35. Нормативно-техническая база обеспечения безопасности складской деятельности

36. Методологические подходы к определению площади склада

37. Влияние тары и упаковки на рациональную организацию торговых и технологических процессов

38. Методологический аппарат товароведения

39. Ассортимент товаров: классификация, свойства и показатели, управление ассортиментом, анализ

40. Качество товаров: основные понятия, классификация свойств и показателей

41. Технология и документальное сопровождение приемки товаров по количеству и качеству

42. Условия и сроки хранения (годности) продовольственных товаров

43. Организация технологической цепи товародвижения

44. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.

45. Организация и составляющие торгово-технологического процесса в торговом предприятии

46. Технология проведения инвентаризации в торговом предприятии

47. Организация управления операциями технологического процесса на складах

48. Планирование издержек обращения торговой организации

49. Планирование затрат на изготовление товаров СТМ торговой организации

50. Анализ материальных ресурсов торговой организации: цели, источники информации, оценка эффективности использования. Методы их оптимизации

51. Анализ трудовых ресурсов: цели, источники информации, оценка обеспеченности и эффективности их использования

52. Маркетинговые исследования: сущность, виды и типовая схема их проведения.

Этапы маркетингового исследования

53. Маркетинговые коммуникации: понятие, назначение, классификация

54. Внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей

55. Анализ целевого рынка: оценка спроса, сегментирование потребителей и позиционирование товаров

56. Планирование и прогнозирование продаж продукции (услуг)

57. Идентификация продукции: понятие, цели, средства, виды, методы и порядок проведения

58. Товароведческая экспертиза: виды, назначение, организация проведения

59. Оценка качества: градации качества, дефекты и их классификация

60. Контроль качества товаров: понятие, виды, порядок проведения

61. Мотивация персонала как основная функция менеджмента в сфере управления торговым предприятием

62. Управление численностью, составом и производительностью труда персонала торгового предприятия

63. Организация труда работников торгового предприятия

64. Выбор поставщиков в закупочной логистике: критерии выбора, оценка значимости критерия, расчет рейтинга поставщиков, контроль поставок и принятие решения о пролонгации договора, выбор поставщика на основе анализа полной стоимости

65. Задачи и функции закупочной логистики. Логистические операции процесса закупки

66. Понятие и основные виды запасов. Определение оптимального объема заказываемой партии товаров

67. Понятие и функции распределительной логистики. Структура распределительных

- каналов. Поставщики логистических услуг: классификация и специфика деятельности на рынке
68. Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности торгового предприятия, контроль за его реализацией
  69. Каналы распределения: понятие, назначение, виды, уровни, критерии выбора
  70. Сущность продаж. Этапы процесса продаж, их содержание
  71. Система товароснабжения розничных торговых предприятий
  72. Эффективность инвестиционных решений в логистике и в управлении цепями поставок. Методы оценки эффективности логистических систем: определение доходности; определение стабильности
  73. Показатели финансового состояния торгового предприятия. Финансовое планирование. Методы финансового планирования
  74. Сущность и виды прибыли торгового предприятия. Методы анализа прибыли. Методы планирования прибыли
  75. Формирование лояльности клиентов. Измерение удовлетворенности и лояльности потребителя
  76. Формирование системы логистического сервиса на предприятии
  77. Стратегическое управление маркетингом. Характеристика основных блоков стратегической маркетинговой программы
  78. Методы разработки стратегии розничной торговли на уровне фирмы и магазина
  79. Жизненный цикл товара: понятие, этапы и их характеристики. Стратегия маркетинга на каждом этапе ЖЦТ.
  80. Типы маркетинговых стратегий в зависимости от характера существующего спроса
  81. Стратегия торгового предприятия, её содержание и последовательность разработки и оценка
  82. Методы стратегического анализа
  83. Структура и содержание бизнес-плана по созданию и развитию торговой организации
  84. Сущность и задачи транспортной логистики. Логистический подход к организации транспортного процесса.
  85. Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики
  86. Логистические концепции и их возможности в построении оптимальной логистической системы
  87. Способы оптимизации материального потока: ABC-анализ, XYZ-анализ
  88. Назначение и функции складов, классификация складов. Виды складских помещений. Содержание складского технологического процесса и принципы его организации.

#### 7.1.2. Примерный перечень заданий (задач), выносимых на государственный экзамен

**Компетентностно-ориентированные задания**, вынесенные для решения на государственном экзамене, выполнение которых, подтверждает обладание выпускником профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности.

#### **Задание 1.**

На основании представленных данных организации, рассчитайте коэффициенты, отражающие интенсивность движения персонала в организации (коэффициент оборота по приему, коэффициент оборота по выбытию, коэффициент текучести кадров, коэффициент постоянства кадров). Проанализируйте полученные результаты и сделайте выводы о тенденциях в развитии кадровой ситуации на данном предприятии.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Численность персонала на начало года	100	156	202
Количество принятых сотрудников	50	80	136

Количество выбывших, из них:	15	39	83
- по собственному желанию	10	34	67
- за нарушения и прогулы	3	5	11
- выход на пенсию	2	-	-
- сокращение штата	-	-	5
Среднесписочная численность персонала	128	175	229
Коэффициент текучести кадров, %			
Коэффициент постоянства кадров			
Коэффициент оборота по приему			
Коэффициент оборота по выбытию			

### Задание 2.

В компании «Деметра» на 1 января 2018 года работало 13 сотрудников: администратор, уборщица и 11 мастеров. В феврале двое мастеров уволилось, на их место взяли двух новых. В апреле пришел еще один мастер. В мае было принято решение принять на работу младшего администратора, а в июне в связи с расширением деятельности наняли еще одну уборщицу. В сентябре один мастер попросил расчет, так как переезжал в другой город. Рассчитайте годовой коэффициент текучести кадров компании.

### Задание 3.

Рассчитайте коэффициент интенсивности текучести персонала торгового предприятия по профессиональным группам с целью выявления групп с наибольшей текучестью по следующим показателям:

	Профессиональная группа	Количество уволенных сотрудников, чел.	Среднесписочная численность группы, чел.	Коэффициент текучести персонала, %
1	Директора магазинов	3	50	
2	Работники склада	12	28	
3	Продавцы-кассиры	30	158	
4	Водитель-экспедитор	8	41	
5	Грузчик	11	50	

### Задание 4.

Аудиторская фирма состоит из директора, бухгалтера, двух менеджеров и секретаря. В зависимости от значимости работы и степени ответственности работникам присвоены коэффициенты трудового участия (таблица). За прошедший месяц фонд оплаты труда составил 180 000 рублей. По результатам работы за месяц работникам были установлены поправки к коэффициентам (таблица). Определите размер заработной платы сотрудников за прошедший месяц.

	Сотрудники	Коэффициент трудового участия	Корректировка коэффициента по результатам фактической работы	Размер заработной платы, руб.
1	Директор	5	+ 0,5	
2	Бухгалтер	4,5	- 0,5	
3	Менеджер 1	4,0	+ 0,5	
4	Менеджер 2	3,5	- 0,5	
5	Секретарь	2,5	+ 0,5	

### Задание 5.

Продавец выполнил в прошедшем месяце план продаж на 107 %. Его оклад составляет 20 000 рублей. Работнику установлена премия в размере 15 % от оклада за выполнение плана продаж и 1 % от оклада за каждый процент перевыполнения плана. Определите размер заработной платы продавца за прошедший месяц.

### Задание 6.

Заполните матрицу ответственности по подбору персонала. Кто является:

*О - Ответственный И - Исполнитель У – Утверждающий*

Этап процесса подбора	Руководитель отдела, куда принимается новый	Руководитель кадровой	Менеджер по подбору
-----------------------	---	-----------------------	---------------------

	сотрудник	службы	персонала
1. Первичный отбор соискателей			
2. Собеседование с соискателем по утвержденной процедуре			
3. Подготовка рабочего места нового сотрудника			
4. Разработка и реализация программы адаптации нового сотрудника (утверждается)			
5. Подведение итогов адаптации по утвержденной процедуре			

### Задание 7.

Имеется пять автозаправочных станций (далее – АЗС) компании «Лесной город». Одна из АЗС – «Зеленый Кедр» – имеет максимальную проходимость среди других. В связи с этим нагрузка на персонал достаточно большая. Если заправщики еще удерживаются, так как суммарно получают хорошие чаевые, то текучка операторов-кассиров достаточно высокая. Необходимо осуществить поиск и оценить кандидата на должность оператора-кассира. Ситуация осложняется тем, что АЗС «Зеленый Кедр» имеет мини-маркет с открытой выкладкой, поэтому задач у кассиров много, а чаевые они не получают.

В функциональные обязанности операторов-кассиров компании «Лесной город» входит:

- Обслуживание клиентов на кассе;
- Приемка товаров;
- Контроль сроков годности товаров;
- Участие в проведении инвентаризации товара;
- Выполнение плана продаж по промо продукции;
- Уборка помещений (полы, полки, туалет и т.д.)

Условия работы: график 2/2 месяц в день с 9 до 21, месяц в ночь с 21 до 9 (по договоренности можно только в день или только в ночь). Для работодателя удобно, чтобы оператор-кассир мог выходить как в день, так и в ночь.

Разработайте профиль кандидата на вакансию оператора-кассира на АЗС «Зеленый Кедр» в компании «Лесной город». Какими характеристиками и компетенциями он должен обладать, чтобы успешно работать на АЗС.

Общие требования к соискателю (обр-е, опыт, возраст и т.д.)	
Профессиональные знания и навыки (умения, способности)	
Личностные качества и характеристики	
Особые требования	

### Задание 8.

Методом определения центра тяжести грузопотоков найти ориентировочное место для расположения склада, снабжающего магазины. В таблице приведены координаты обслуживаемых магазинов (в прямоугольной системе координат), а также их месячный грузооборот. Прежде чем приступить к расчетам, необходимо выполнить чертеж к заданию.

№ магазина	Координата X	Координата Y	Грузооборот
1	10	10	15
2	23	41	10
3	48	59	20
4	36	27	5

### Задание 9.

В таблице приведена информация о месячных продажах товаров в 2017, 2018 г.г., а также в первой половине 2019 г.

месяц	Год		
	2017	2018	2019
Январь	200	190	200
Февраль	160	210	190
Март	180	230	220
Апрель	210	190	230
Май	220	170	180
Июнь	230	170	220
Июль	190	180	?
Август	200	200	
Сентябрь	170	220	
Октябрь	180	240	
Ноябрь	220	200	
Декабрь	210	190	
Всего			

1. Методом «**наивного прогноза**» определить прогноз продаж на июль 2019 года.
2. Методом **долгосрочной средней** определить прогноз продаж товаров на июль 2019 года.
3. Методом «**скользящей средней**» ( $n=5$ ) определить прогноз продаж на июль 2019 года.
4. Методом «**скользящей средневзвешенной**» ( $n= 4$ , **веса периодов с марта по июнь: 0,1; 0,2; 0,3; 0,4**) определить прогноз продаж товаров на июль 2019 года.

### Задание 10.

Динамика запасов за полугодие

Показатель	на 1 января	на 1 февраля	на 1 марта	на 1 апреля	на 1 мая	на 1 июня	на 1 июля
Запас, единиц	200	300	400	500	300	200	600

Динамика объема продаж за полугодие (180 дней рабочих дней)

Показатель	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
Объем продаж, единиц	1400	1500	1600	1700	1600	1200

Пользуясь приведенными в таблицах исходными данными, определить:

- 1) размер среднего запаса за полугодие (единиц)
- 2) оборачиваемость запаса за полугодие (в разгах)
- 3) обеспеченность запасами (в днях)

### Задание 11.

В таблице приведена информация об объемах поставки товаров от двух поставщиков, а также ценах на поставляемую ими продукцию. На основании данных проведите оценку поставщиков по критерию «цена». Какому из поставщиков по критерию «цена» следует отдать предпочтение?

поставщик	месяц	товар	объем поставки ед./месяц	цена за единицу, руб.
№1	январь	А	5000	14
	январь	В	4000	7
№1	февраль	А	3600	17
	февраль	В	3600	8
№2	январь	А	7000	12
	январь	В	6000	8
№2	февраль	А	8000	14
	февраль	В	7200	10

### Задание 12.

Рассчитайте равно выгодную дальность транспортировки для железнодорожного и автомобильного транспорта на основании исходных данных.

*Исходные данные:*

Тарифные ставки на начальные и конечные операции процесса транспортировки (условно - постоянные затраты) составляют:

по железнодорожному транспорту	$Z_{НКЖ} = 0,8$
по автомобильному транспорту	$Z_{НКА} = 0,5$

Тарифные ставки на движенические операции (условно - переменные затраты) составляют:

по железнодорожному транспорту	$Z_{ДЖ} = 80$
по автомобильному транспорту	$Z_{ДА} = 110$

### Задание 13.

В целях укрепления позиции оптовой компании на рынке, руководство приняло решение расширить торговый ассортимент. Свободных финансовых средств, необходимых для кредитования дополнительных товарных ресурсов, компания не имеет. Свободные складские помещения также отсутствуют.

Перед службой логистики была поставлена задача сокращения общего объема товарных запасов с целью сокращения затрат на их содержание и высвобождения ресурсов для

расширения ассортимента. Снижение запасов при этом не должно отразиться на уровне клиентского сервиса, то есть на готовности компании к поставке товаров потребителям.

Процентное соотношение групп *A*, *B* и *C* ассортимента Компании представлено в таблице.

Группа	Доля в ассортименте, %	Доля в реализации, %	Реализация, руб./год
<i>A</i>	22	83	
<i>B</i>	28	12	
<i>C</i>	50	5	

Определите величину снижения затрат на содержание запасов в Компании в результате использования дифференцированных нормативов среднего запаса.

1 этап: определить затраты, связанные с содержанием запаса при использовании единой нормы запаса.

2 этап: определить затраты, связанные с содержанием запаса при использовании дифференцированной нормы запаса.

3 этап: определить величину снижения затрат на содержание запасов при использовании разных подходов.

Наименование показателя	Ед. изм.	Значение показателя
Оборот Компании, <i>Q</i>	Руб./год	6975000
Общая норма запаса (до рационализации), <i>Z</i> <sub>ср</sub>	Дней	22
Число рабочих дней в году, <i>N</i>	Дней/год	250
Запас средний по группе <i>A</i> (после рационализации)	Дней	5
Запас средний по группе <i>B</i> (после рационализации)	Дней	22
Запас средний по группе <i>C</i> (после рационализации)	Дней	30
Доля годовых затрат на хранение в стоимости среднего запаса, <i>M</i>	1/год	0,3

#### Задание 14.

Рассчитайте показатели специализации розничной торговой сети района исходя из данных, приведенных в таблице:

	Магазины	
	Универсальные и комбинированные	специализированные
Количество	72	26
Годовой розничный товарооборот, млн. руб.	77,6	34,8
Торговая площадь, м <sup>2</sup>	3317	1490

#### Задание 15.

В супермаркете с торговой площадью 650 м<sup>2</sup> установлено 270 единиц оборудования. Площадь основания каждой единицы оборудования в среднем составляет 0,54 м<sup>2</sup>. Экспозиционная площадь всего оборудования — 330 м<sup>2</sup>. Какими будут Ваши предложения по увеличению эффективности использования торговой площади магазина?

#### Задание 16.

Рассчитайте площадь склада, необходимой для хранения и складской обработки сахара-песка, расфасованного по 0,9 кг и упакованного в транспортную тару. Высота складских помещений 6 м. Годовой оборот по данной позиции планируется в размере 1022 т. Планируемая оборачиваемость запаса – 40 дней. Фрагмент товарного справочника с указанием необходимых для расчета площади данных приведен в таблице.

Наименование товара	Количество товара в упаковке, штук	Масса нетто товара в упаковке, кг.	Внешние размеры упаковочных единиц, м.		
			длина упаковки, <i>a</i>	ширина упаковки, <i>b</i>	высота упаковки, <i>c</i>
Сахар-песок	20	18	0,40	0,36	0,15

**Задание 17.**

Цена товара выросла с 2000 до 3000 рублей. Объем продаж товара изменился с 400 до 500 единиц.

Рассчитать коэффициент эластичности спроса по цене.

**Задание 18.**

Ежемесячные доходы покупателей, пользующихся услугами супермаркета, повысились с 16 000 до 20 000 рублей. Вследствие этого количество проданных товаров возросло с 500 до 700 штук.

Рассчитайте коэффициент эластичности спроса на товар по доходу покупателей.

**Задание 19.**

Компания разработала стратегию освоения нового рынка для увеличения объемов продаж. Стратегия характеризуется следующими показателями: продажная цена единицы товара – 630,0 руб., переменные удельные издержки – 420,0 руб., постоянные издержки на производство продукции – 14,8 млн. руб., ожидаемый объем продаж – 24 тыс. изделий. Рассчитать коэффициент безопасности выхода компании на рынок.

**Задание 20.**

Компания работает на рынке, который характеризуется высокой интенсивностью конкуренции. Анализ деятельности компании показывает, что объем продаж постоянно падает. За последний месяц продажи составили 10550,0 тыс. руб. при издержках 9200,0 тыс. рублей. Для привлечения большего количества покупателей и выживания в конкурентной борьбе, компания разрабатывает стратегию товара, в соответствии с которой принимается решение о снижении цен на свой товар на 10%. Определить, на сколько возрастет объем продаж.

**Задание 21.**

Маркетинговые исследования показали, что число покупателей компании в 2017 году было 12800 человек, а в 2018 году составит 14250 человек. Рост цены прогнозируется на 5,6% и составит 1135 рублей. В среднем данная марка товара приобретается дважды в год. Рассчитать величину изменения рыночного спроса на товар.

**Задание 22.**

Рассчитать рейтинг поставщиков по данным, представленным в таблице:

Критерий выбора поставщика	Удельный вес критерия		Оценка значения критерия у данного поставщика (по десятичной шкале)
	Поставщик 1	Поставщик 2	
1. Надежность поставки	0,30	0,40	7
2. Цена	0,25	0,15	6
3. Качество товара	0,15	0,20	8
4. Условия платежа	0,15	0,15	4
5. Возможность внеплановых поставок	0,1	0,05	7
6. Финансовое состояние поставщика	0,05	0,05	4
ИТОГО:	1,0	1,0	-

**Задание 23.**

В ассортименте магазина в наличии имеется 35 наименований товаров, в т.ч. 6 видов товара однородной группы. 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых товаров.

Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если Шб=100; Пб=20; Квш=0,3; Квп=0,2; Кву=0,2; Квн =0,3

**Задание 24.**

В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с  $K_p=16\%$ . Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было заведено 700 наименований товара.  $K_u=60\%$ ;  $K_n=15\%$  (определен по нормативным документам).

Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ( $K_{вш}=0,4$ ;  $K_{вп}=0,2$ ;  $K_{ву}=0,3$ ;  $K_{вн}=0,1$ )

#### **Задание 25.**

В отделе канцелярских товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований шариковых ручек по средней цене 59 рублей, 35 наименований карандашей по средней цене 39,5 рубля; 3 вида стиральных резинок по цене 21 рубль и 5 видов линеек по средней цене 30,5 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.

#### **Задание 26.**

Группа основателей фирмы начинает свою деятельность и планирует сосредоточить ее на производстве обуви. На первом этапе предусматривается сконцентрировать усилия и средства на узком сегменте – мужской и женской обуви больших размеров. Общее количество потребителей составляет 650000 лиц, среди них 49% - мужчины. Данные проведенных исследований свидетельствуют о том, что количество потребителей, имеющих большой размер, составляет 25% от общего количества взрослого населения.

Фирма решила работать в расчете на потенциального покупателя, доля которого составляет 62% от общего количества потенциальных покупателей со средним достатком, удельный вес которых составляет 40%.

Средняя стоимость одной единицы женской обуви осенне-зимнего ассортимента – 380 ден. ед., мужской – 280 ден. ед.

Фирме через год необходимо вернуть кредит в размере 150000 ден. ед. Доля рынка первого года – 25%.

Определить привлекательность сегмента рынка обуви больших размеров, рассчитав емкость целевого сегмента рынка.

#### **Задание 27.**

ЧМП «Интерпром» изготавливает декоративные решетки, металлические двери, сейфы и др. металлоконструкции для реализации на рынке города. На рынке действуют три фирмы. Перед предприятием стоит вопрос выбора стратегии поведения. Предприятие является финансово устойчивым и поэтому не стремится преследовать лидера, а для его атаки неизвестны объемы реализации и емкость рынка. Тем не менее, известно, что за 2012 год ЧМП «Интерпром» было реализовано продукции на 133 тыс. руб.; фирмой, которая является вторая на рынке – на 140 тыс. руб.; доля рынка, которую контролирует лидер, составляет 45%.

Определить емкость рынка металлоизделий, доли рынка фирм, а также объемы реализации продукции фирмы-лидера.

#### **Задание 28.**

Разработайте номенклатуру товаров, продаваемых в магазинах с такой вывеской:

- «Чай-кофе»;
- «Парижанка»;
- «Черный кот»;
- «Товары для красоты и здоровья»;
- «Пятачок».

Номенклатура товаров для магазина «Чай-кофе»:

- чай: черный, зеленый, листовый, в гранулах и пр. (различных торговых марок);
- кофе: в зернах, молотый, растворимый (различных торговых марок);
- сахар: развесной, сахар-рафинад;
- кондитерские изделия: конфеты, печенье, пирожные, торты (в ассортименте);
- оригинальные чашки для чаепития (в ассортименте).

Номенклатура товаров для магазина «Парижанка (женская одежда)»:

- верхняя одежда: куртки, пальто (различных торговых марок и ценовых категорий);
- одежда для деловых встреч (различных торговых марок и ценовых категорий);
- вечерние туалеты (различных торговых марок и ценовых категорий);
- нижнее белье (различных торговых марок и ценовых категорий);
- косметика (различных торговых марок и ценовых категорий);
- парфюмерия (различных торговых марок и ценовых категорий).

Номенклатура товаров для магазина «Черный кот (товары для животных)»:

- товары для ухода за животными (расчески, шампуни, средства для выведения и профилактики появления кожных насекомых);
- корм для животных (для попугаев, канареек, кошек, собак, рыбок, черепах);
- клетки для птиц, емкости для переноски животных, аксессуары для клеток и пр.;
- литература о животных.

Номенклатура товаров для магазина «Товары для красоты и здоровья»:

- средства по уходу за волосами (шампуни, кондиционеры-ополаскиватели, маски для волос, лак и пена для фиксации прически, краска для волос и пр. (различных торговых марок и ценовых категорий));
- средства по уходу за телом (мыло, гели для душа, пена для ванной и пр. (различных торговых марок и ценовых категорий));
- средства декоративной косметики (губная помада, пудра, тональный крем, лак для ногтей и пр. (различных торговых марок и ценовых категорий));
- парфюмерия (различных торговых марок и ценовых категорий);
- пищевые добавки (с различным функциональным назначением).

**Задание 29.**

Предположим, что для производства двух видов продукции А и В можно использовать материал только трех сортов. При этом на изготовление единицы изделия вида А расходуется  $a_1$  кг материала первого сорта,  $a_2$  материала второго сорта и  $a_3$  материала третьего сорта. На изготовление единицы изделия вида В расходуется  $b_1$  материала первого сорта,  $b_2$  материала второго сорта и  $b_3$  материала третьего сорта. На складе фабрики имеется всего материала первого сорта  $c_1$  кг, материала второго сорта  $c_2$  кг, материала третьего сорта  $c_3$  кг. От реализации готовой продукции вида А фабрика имеет прибыль,  $a$  тыс.руб., а от продукции вида В прибыль составляет  $b$  тыс. руб.

Составьте экономико-математическую модель задачи.

$$A_1 = 8, \quad a_2 = 14, \quad a_3 = 14$$

$$B_1 = 7, \quad b_2 = 8, \quad b_3 = 1$$

$$C_1 = 417 \quad c_2 = 580 \quad c_3 = 591$$

$$A = 5 \quad b = 5$$

**Задание 30.**

Предположим, что для производства двух видов продукции А и В можно использовать материал только трех сортов. При этом на изготовление единицы изделия вида А расходуется  $a_1$  кг материала первого сорта,  $a_2$  материала второго сорта и  $a_3$  материала третьего сорта. На изготовление единицы изделия вида В расходуется  $b_1$  материала первого сорта,  $b_2$  материала второго сорта и  $b_3$  материала третьего сорта. На складе фабрики имеется всего материала первого сорта  $c_1$  кг, материала второго сорта  $c_2$  кг, материала третьего сорта  $c_3$  кг. От реализации готовой продукции вида А фабрика имеет прибыль,  $a$  тыс.руб., а от продукции вида В прибыль составляет  $b$  тыс. руб.

$$A_1 = 8, \quad a_2 = 14, \quad a_3 = 14$$

$$B_1 = 7, \quad b_2 = 8, \quad b_3 = 1$$

$$C_1 = 417 \quad c_2 = 580 \quad c_3 = 591$$

$$A = 5 \quad b = 5$$

Экономико-математическая модель задачи имеет вид:

$$Z = 5 \cdot x_1 + 5 \cdot x_2 \rightarrow \max$$

При ограничениях:

$$\begin{cases} 8 \cdot x_1 + 7 \cdot x_2 \leq 417 \\ 14 \cdot x_1 + 8 \cdot x_2 \leq 580 \\ 14 \cdot x_1 + 1 \cdot x_2 \leq 591 \end{cases}$$

$$x_1 \geq 0, x_2 \geq 0.$$

Определить максимальную прибыль от реализации всей продукции видов А и В графическим методом.

### Задание 31.

Кредит в размере 24000 у.е. получен под 21,4% годовых, начисляемых ежемесячно на непогашенный остаток. Долг должен быть погашен одинаковыми ежемесячными платежами в течении года. Найти размер ежемесячного платежа.

### Задание 32.

Первый банк дает кредит под 30% годовых при ежеквартальном начислении процентов. Второй банк дает кредит под 29% годовых при ежемесячном начислении процентов. В каком банке выгоднее взять кредит?

### Задание 33.

Доля бракованной продукции в 1 партии изделий составила 1%, во 2 партии - 1,5%, а в третьей - 2%. Первая партия составляет 35% всей продукции, вторая - 40%. Определить средний процент бракованной продукции.

### Задание 34.

Оценить уровень конкурентного превосходства (%) телефонного аппарата.

Показатели	Оцениваемый аппарат	Конкурент	Единичный параметрический показатель	Весовые коэффициенты	Средняя оценка
1. Технические параметры					
1.1. Вес, гр	125	79			
1.2. Время работы в режиме разговоров, час	4,5	3,2			
1.3. Время работы в режиме ожидания, час	260	150			
1.4. Аккумулятор, входящий в комплект (mAh)	900	650			
2. Экономические параметры					
2.1. Цена, у.е.	330	499			

### Задание 35.

В отчетном году был получен товарооборот в объеме 52340 тыс. руб. при среднем размере оборотных средств 4730 тыс. руб. В следующем году ожидается товарооборот в объеме 59670 тыс. руб. При этом планируется ряд мероприятий, которые позволят уменьшить период оборачиваемости оборотных средств на 4 дня.

Определить изменение потребности в оборотных средствах в результате изменения их оборачиваемости.

### Задание 36.

В отчетном квартале получен товарооборот в объеме 9140 тыс. руб. при среднем размере оборотных средств 2510 тыс. руб. В следующем квартале прогнозируется рост товарооборота на 10% при неизменной сумме оборотных средств.

Определить ожидаемое ускорение оборачиваемости в днях; экономический эффект в результате ускорения оборачиваемости.

### Задание 37.

План продаж предусматривает получение товарооборота в плановом году в объеме 54300 тыс. руб. Потребность в оборотных средствах составляет 7800 тыс. руб. В результате реализации определенных мероприятий длительность одного оборота оборотных средств можно сократить на два дня.

Определить предполагаемую продолжительность одного оборота до и после проведения мероприятий и высвобождаемую сумму оборотных средств в результате ускорения их оборачиваемости.

### Задание 38.

Данные об издержках обращения и товарообороте торгового предприятия

Показатель	Текущий год		Отчетный год			
	Тыс. руб	%	План, тыс. руб.	План, %	Факт, тыс. руб.	Факт, %
Издержки обращения	7430		7670		8740	
Товарооборот	36270		39880		44090	

На основании данных таблицы определить:

- уровень издержек обращения в предыдущем и отчетном годах;
- плановое задание по снижению уровня издержек обращения и степень его выполнения;
- относительный перерасход (экономия) издержек обращения по сравнению с планом и предшествующим годом.

### Задание 39.

Показатели деятельности торгового предприятия, тыс. руб.

Показатели	Предыдущий период	Отчетный период
Прибыль от реализации товаров	8232	10135
Товарооборот	44283	57258
Издержки обращения	9501	11967

На основе приведенных в таблице данных рассчитать уровень издержек обращения, показатель эффективности торговой деятельности (рентабельность издержек обращения), затрат отдачу. Проанализировать динамику всех показателей. Дать оценку эффективности текущих затрат торгового предприятия.

### Задание 40.

Провести анализ финансовых результатов деятельности

Показатели	Предыдущий период		Отчетный период		Темп роста, %
	сумма, тыс.руб.	структура, %	сумма, тыс.руб.	структура, %	
<b>Доходы и расходы по обычным видам деятельности</b>					
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	56308	-	70160	-	
2. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	51692	-	59910	-	
3. Валовая прибыль, (стр.1- стр.2)				-	
4. Коммерческие расходы	1331		3633	-	
5. Управленческие расходы	1579		1618		
6. Прибыль (убыток) от продаж, [стр.3 - (стр.4 + стр.5)]					
<b>Прочие доходы и расходы</b>					
7. Проценты к получению	-		-		
8. Проценты к уплате	376		891		
9. Доходы от участия в других организациях	-		-		
10. Прочие операционные доходы	23042		27955		
11. Прочие операционные расходы	23027		27899		
12. Прибыль от операционных доходов (стр.10 – стр.11)					
13. Внеоперационные доходы	410		855		

14. Внереализационные расходы	940		204		
15. Внереализационная прибыль, (стр.13 – стр.14)					
<b>16. Прибыль (убыток) до налогообложения</b> (стр.6. + стр.7– стр.8+стр.12+ стр.15)					
<b>17. Налог на прибыль</b>					
<b>19. Чистая прибыль</b>					

#### Задание 41.

Предприятие выпускает 15 тыс. ед. определенной продукции по цене 220 руб. за единицу. Производственные затраты составляют 140 руб./ед., переменные затраты на сбыт – 20 руб./ед., средние постоянные затраты относятся на себестоимость единицы продукции пропорционально трудозатратам и составляют 30 руб./ед. Предприятию поступило предложение со стороны о размещении дополнительного заказа на 2 тыс. ед. по цене 180 руб./ед. Рекомендуете ли Вы предприятию принять предложение о дополнительном заказе? Ответ обоснуйте расчетами.

#### Задание 42.

Провести анализ финансовых результатов деятельности организации в табличной форме.

Показатель	Сумма, тыс.руб.		Абсолютное отклонение, тыс.руб.	Темп роста, %
	2018 год	2019 год		
1.Выручка от продажи товаров	17400	18500		
2.Себестоимость продаж	12900	11650		
3.Валовая прибыль/убыток (стр.1-стр.2)				
4.Коммерческие расходы	1450	2100		
5.Управленческие расходы	800	1750		
6. Прибыль от продаж /убыток (стр.3-стр.4-стр.5)				
7.Проценты к получению	910	2550		
8.Проценты к уплате	2140	1400		
9.Прочие доходы	3800	770		
10.Прочие расходы	660	1440		
11. Прибыль до налогообложения /убыток (стр.6+стр.7- стр.8+стр.9-стр.10)				
12.Текущий налог на прибыль 20% от стр.11				
13. Чистая прибыль /убыток (стр.11-стр.12)				

#### Задание 43.

На основании таблицы провести анализ движения кадров на предприятии (рассчитать коэффициенты оборота по приему работников, коэффициент оборота по выбытию работников, коэффициент текучести кадров). Среднесписочная численность работников предприятия 340 чел.

Движение работающих на предприятии, чел.:

Показатель	2019 год
Принято	35
Выбыло	23
Уволено, всего	20
- по собственному желанию	18
- за прогулы и прочие причины	2

#### Задание 44.

Произвести калькуляцию себестоимости изделия в табличной форме.

Статьи затрат	Сумма, руб.
1. Сырье и материалы	4800
2.Комплектующие	990
3.Возвратные отходы (вычитаются)	210
4.Топливо и энергия (3% от сырья и материалов)	
5.Материальные затраты (стр.1+стр.2-стр.3+стр.4)	
6.Основная заработная плата	3050
7.Дополнительная заработная плата (15% от основной з.пл.)	
8.Начисления на з.пл. (30% от (стр.6+стр.7))	
9.Содержание оборудования (140% от основной з.пл.)	
10.Общепроизводственные расходы (110% от основной з.пл.)	
11.Общехозяйственные расходы (80% от основной з.пл.)	
12.Производственная себестоимость (5+6+7+8+9+10+11)	
13.Коммерческие (внепроизводственные) расходы (3% от производ. себест.)	
14.Полная себестоимость (стр.12+стр.13)	
15.Прибыль (14% от полной себестоим.)	
16.Оптовая цена производителя (стр.14+стр.15)	
17.НДС (20% от стр.16)	
18.Отпускная цена изделия (стр.16+стр.17)	

7.1.3. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ.

1. Организация коммерческой деятельности торгового предприятия.
2. Организация и развитие малого торгового предприятия в России.
3. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.
4. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия.
5. Организация коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли.
6. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли.
7. Исследование рынка закупок и сбыта товаров в оптовой торговле.
8. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли по закупке и продаже потребительских товаров.
9. Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.
10. Организация закупочной деятельности оптового предприятия на товарном рынке.
11. Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли.
12. Организационные основы продажи товаров со складов предприятий оптовой торговли.
13. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле.
14. Организация финансового обеспечения коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
15. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
16. Оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
17. Организация посредническо-коммерческой деятельности предприятия
18. Оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
19. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
20. Влияние конъюнктуры потребительского рынка на коммерческую деятельность

торгового предприятия.

21. Маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности предприятия розничной (оптовой) торговли.

22. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.

23. Организация коммерческой деятельности малых предприятий в розничной торговле.

24. Влияние материально-технической базы предприятий розничной торговли на эффективность коммерческой деятельности.

25. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятия розничной торговли.

26. Закупка товаров и формирование коммерческих связей предприятиями розничной торговли на потребительском рынке.

27. Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли.

28. Использование мерчандайзинга на предприятиях розничной торговли.

29. Организация системы товароснабжения розничного торгового предприятия.

30. Организация и планирование торгово-технологического процесса на предприятии розничной торговли.

31. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационной технологии.

32. Организация процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле.

33. Организация и развитие сервиса в розничной торговле России и зарубежных стран.

34. Организация торгового сервиса в розничной торговле и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.

35. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.

36. Организация и развитие электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).

37. Проектирование бизнес-процессов и организационных систем предприятий (компаний) оптовой или розничной торговли.

38. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.

39. Внутрифирменное планирование предпринимательской деятельности.

40. Разработка стратегии организации для выхода на внешний рынок.

41. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии предприятия на рынке.

42. Выбор стратегии развития коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров.

43. Планирование коммерческой деятельности предприятий с использованием бизнес-плана.

44. Разработка бизнес-плана предприятия и его применение для организации коммерческой деятельности предприятия.

45. Анализ эффективности коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (на примере конкретной фирмы).

46. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.

47. Организация факторингового обслуживания предприятий коммерческими банками.

48. Роль маркетинга в коммерческой деятельности банка.

49. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.

50. Стратегия развития предпринимательства в сфере услуг.

51. Организация разработки бизнес-плана предприятия

52. Управление предпринимательскими рисками в сфере коммерции.

53. Ценообразование в сфере коммерческого предпринимательства.

54. Роль транспорта в коммерческой деятельности (на примере конкретной организации,

предприятия).

55. Пути совершенствования грузовых перевозок на разных видах транспорта (по выбору).

56. Разработка механизма снижения издержек при транспортировке грузов.

57. Конкурентоспособность торгового предприятия.

58. Коммуникационная политика в предпринимательской деятельности.

59. Организация транспортного обеспечения в коммерческой деятельности торгового предприятия.

60. Разработка рациональной организации товародвижения.

61. Применение модульных таротранспортных систем в процессе товародвижения.

62. Роль и сущность пакетирования и контейнеризации в процессе товародвижения.

63. Организация управления технологическими процессами на предприятиях оптовой торговли

64. Организация управления погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями на складе.

65. Организация управления хранением товаров на складе.

66. Организация управления товарными потоками на складе.

67. Организация и технология по поступлению и приемке товаров на складе.

68. Формы организации складского технологического процесса на оптовых предприятиях.

69. Организация и технология транспортно-экспедиционных операций на складе.

70. Рациональная организация складского технологического процесса на оптовых предприятиях.

71. Значение отдельных составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой торговли.

72. Техническая оснащенность предприятий оптовой торговли и эффективность использования новых видов оборудования.

73. Управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле.

74. Роль и значение составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий розничной торговли.

75. Техническая оснащенность предприятий розничной торговли и эффективность использования новых видов оборудования.

76. Взаимосвязь торгово-технологического процесса с устройством и планировкой магазина.

77. Организация рациональной технологической планировки торговых залов магазинов.

78. Организация управления технологическими процессами в магазинах.

79. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.

80. Основные направления совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.

81. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.

82. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.

83. Формирование технической оснащенности розничных сетей и их влияние на эффективность коммерческой деятельности.

84. Организация деятельности малого предприятия в сфере коммерции (на примере.....)

85. Сравнительный анализ развития малых предприятий в торговле России и за рубежом.

86. Организация закупочно-сбытовой деятельности торгового предприятия.

87. Развитие торгового предпринимательства на современном этапе.

88. Формирование культуры предпринимательства в сфере коммерции.

89. Формирование корпоративного духа и организационной культуры в торговой фирме.

90. Развитие предпринимательства в розничной торговле.

91. Организация и управление системой сервиса в торговле.
92. Налогообложение предприятий в сфере торговли.
93. Лизинг как форма развития предпринимательства.
94. Развитие свободных экономических зон в России (на примере.)
95. Логистический подход к управлению материальными потоками на складах предприятий оптовой торговли.
96. Эффективность применения мобильных складских систем в логистике.
97. Организация складирования на основе логистики.
98. Анализ рынка складских услуг региона (на материалах .....
99. Анализ отечественного рынка подъемно-транспортного и технологического оборудования складов.
100. Построение логистически организованных систем управления запасами на предприятии.
101. Использование логистической концепции в деятельности предприятия.
102. Разработка эффективной системы товародвижения.
103. Разработка системы управления отделом сбыта.
104. Управление движением товаропотока на предприятии (на материалах.....
105. Управление потоками в торговом комплексе.
106. Управление товародвижением скоропортящейся продукции на основе логистики.
107. Логистические аспекты международных автомобильных перевозок.
108. Анализ рынка транспортных услуг региона (на материалах.....
109. Организация информационных потоков в торговой организации на основе логистики.
110. Реинжиниринг бизнес-процесса на торговой фирме.
111. Организация технологических процессов в торговых системах на базе логистики.
112. Организация логистического сервиса в товаропроводящих системах.
113. Организация транспортно-экспедиционной деятельности на основе логистики.
114. Выбор перевозчика в международных перевозках грузов.
115. Развитие и размещение складского хозяйства торговой компании.

## ***7.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОПОП***

### **7.2.1. Процедура оценивания результатов сдачи государственного экзамена**

Основными критериями оценки уровня подготовки выпускника являются:

- уровень освоения экзаменуемым универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций;
- готовность решать задачи профессиональной деятельности аналитического, организационно-управленческого, расчетно-экономического типов;
- качество ответов на дополнительные вопросы;
- логичность, обоснованность, четкость ответа.

### *Критерии оценки результатов экзамена*

№	Критерии оценки результатов экзамена	Баллы
1	Полнота ответов, свидетельствующая об уровне освоения знаний	от 0 до 60 баллов
2	Работа с основными нормативными документами в сфере торговли, экономики и маркетинга	от 0 до 15 баллов
3	Уровень освоения методики расчета экономических показателей	от 0 до 15 баллов
4	Уровень общей культуры, навыков аргументации, научной речи, умения вести дискуссию	от 0 до 10 баллов
5	<b>Сумма баллов</b>	<b>100</b>

На основании представленных критериев формируется итоговая оценка полноты формирования компетенций

### *Оценочный лист результатов государственного междисциплинарного экзамена*

Критерии оценки	Баллы	Общекультурные компетенции: УК-1, УК-4, УК-6, УК-9, УК-10, УК-11	Общепрофессиональные компетенции: ОПК-1, ОПК-6	Профессиональные компетенции:			Итого
				Управление торгово-технологическими процессами: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4	Организационно-Управленческая деятельность: ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-15	Расчетно-экономическая деятельность: ПК-13, ПК-14	
Полнота, точность и аргументация ответа на 1-ый вопрос	0-20						
Полнота, точность и аргументация ответа на 2-ой вопрос	0-20						
Полнота, точность решения и аргументация ответа на 3-ой вопрос	0-20						
Работа с нормативными документами	0-15						
Уровень освоения методики расчета экономических показателей	0-15						
Уровень общей культуры, аргументации, научной речи, умения вести дискуссию	0-10						
<b>Сумма</b>	<b>100</b>						

### *Шкала соотношения баллов и оценок*

Оценка	Количество баллов
«2» неудовлетворительно	0-60
«3» удовлетворительно	61-74
«4» хорошо	75-84
«5» отлично	85-100

По завершении государственного экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает характер ответов каждого студента и выставляет каждому студенту согласованную итоговую оценку руководствуясь критериями выставления оценок по государственному экзамену.

Результаты сдачи государственного экзамена оцениваются по четырехбалльной системе и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколом заседаний

экзаменационных комиссий.

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если выпускник глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, без существенных ошибок, не требует дополнительных вопросов; речь хорошая, владение профессиональной терминологией свободное; не испытывает затруднений с ответом при видоизменении задания, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал.

Оценка **«хорошо»** – если выпускник твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных ошибок и неточностей в ответе на вопрос, но изложение недостаточно систематизировано и последовательно, обоснование и схема решения задания в целом правильные, с мелкими неточностями.

Оценка **«удовлетворительно»** – если выпускник усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, нарушает последовательность в изложении программного материала, материал не систематизирован, недостаточно правильно сформулирован, речь бедная, обоснование решения практического задания скудное, позиция не аргументирована.

Оценка **«неудовлетворительно»** – если выпускник не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Главное содержание материала не раскрыто; отсутствуют необходимые теоретические знания, практические умения и навыки по решению практического задания.

#### 7.2.2. Процедура оценивания результатов защиты ВКР

Даты защиты выпускных квалификационных работ устанавливаются согласно графику учебного процесса по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка результатов защит выпускных квалификационных работ осуществляется в соответствии с разработанными критериями.

#### **Схема формирования итоговой оценки при выполнении и защите выпускной квалификационной работы бакалавра направления 38.03.06 «Торговое дело»**

Характеристика работы		Баллы	
1. Оценка работы по формальным критериям			
1.1.	Использование литературы (достаточное количество актуальных источников, достаточность цитирования, использование нормативных документов, научной и справочной литературы УК-1, УК-2, УК-4, ОПК-2	0-5	
1.2.	Соответствие ВКР «Положению по оформлению ВКР по основным профессиональным образовательным программам высшего образования ВлГУ» и методическим указаниям кафедры	0-5	
ВСЕГО БАЛЛОВ		0-10	
2. Оценка работы по содержанию			
2.1.	Введение содержит следующие обязательные элементы: - актуальность темы и практическая значимость работы; - цель ВКР, соответствующая заявленной теме; - круг взаимосвязанных задач, определенных поставленной целью; - объект исследования; - предмет исследования.	0-5	
2.2.	Содержательность и глубина проведенного теоретического исследования поставленной проблемы УК-1, УК-2, УК-4, УК-6, ОПК-2	0-10	
2.3.	Содержательность экономико-организационной характеристики объекта исследования и глубина проведенного анализа проблемы УК-4, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5, ПК-2, ПК-10, ПК-16	0 -20	

2.4.	Содержательность рекомендаций автора, по совершенствованию торгово-технологических процессов или устранению проблем в деятельности объекта исследования, выявленных по результатам проведенного анализа. УК-2, ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-9, ПК-16	0-15	
2.5.	Оригинальность и практическая значимость предложений и рекомендаций	0-5	
<b>ВСЕГО БАЛЛОВ</b>		<b>0-55</b>	
<b>3. Оценка защиты выпускной квалификационной работы</b>			
3.1.	Качество доклада (структурированность, полнота раскрытия решенных задач для достижения поставленной цели, аргументированность выводов) УК-4	0-5	
3.2.	Качество и использование презентационного материала (информативность, соответствие содержанию доклада, наглядность, достаточность) ОПК-5	0-5	
3.3.	Ответы на вопросы комиссии (полнота, глубина, оригинальность мышления) УК-4	0-25	
<b>ВСЕГО БАЛЛОВ</b>		<b>0-35</b>	
<b>СУММА БАЛЛОВ</b>		<b>100</b>	

**Оценочный лист результатов защиты выпускной квалификационной работы бакалавра  
направления обучения 38.03.06 «Торговое дело»**

Критерии оценки	Баллы	Универсальные компетенции: УК-1, УК-2, УК-4, УК-6	Общепрофессиональные компетенции: ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5	Профессиональные компетенции:			Итого
				Управление торгово-технологическими процессами: ПК-2, ПК-3	Организационно-управленческая деятельность: ПК-5, ПК-9, ПК-10	Расчетно-экономическая деятельность: ПК-16	
Работа с литературными источниками	0-5						
Качество оформления ВКР	0-5						
Обоснованность цели ВКР во введении	0-5						
Содержательность и аргументация проведенного теоретического исследования (1 глава)	0-10						
Качество аналитической части (2 глава)	0-20						
Проработанность рекомендаций и мероприятий (3 глава)	0-15						
Оригинальность и практическая значимость предложений и рекомендаций в ВКР	0-5						
Качество доклада	0-5						
Содержание и оформление презентации	0-5						
Ответы на вопросы	0-25						
<b>Сумма</b>	<b>100</b>						
<b>Дополнительные критерии</b>							
Оценка руководителя ВКР							
Оценка рецензента							
Наличие публикаций и актов (справок) о внедрении							

**Оценочный лист руководителя выпускной квалификационной работы бакалавра  
направления обучения 38.03.06 «Торговое дело»**

Коды компетенций	Компетенции	Уровень владения			
		2 низкий	3 средний	4 выше среднего	5 высокий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)				
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни				
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности				
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов				
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности				
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач				
ПК-2	Способен осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов учитывать и списывать потери				
ПК-3	Готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка				
ПК-5	Способен управлять персоналом организации (предприятия), готов к организационно-управленческой работе				
ПК-9	Готов анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации				
ПК-10	Способен проводить маркетинговые исследования с использованием комплекса маркетинга				
ПК-16	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать и учитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов				
<b>СРЕДНИЙ БАЛЛ</b>					

На основании представленных критериев формируется итоговая оценка бакалаврской работы. Итоговая оценка бакалаврской работы складывается из трех основных составляющих: содержания работы; уровня знаний, умений и навыков, продемонстрированных в процессе защиты (при представлении доклада и ответах на вопросы комиссии); демонстрационных материалов (презентации результатов работы). Кроме того, комиссией учитываются: средний балл за период обучения, наличие научных публикаций и представление докладов на конференциях, наличие акта о практическом использовании результатов бакалаврской работы.

Руководитель бакалаврской работы оценивает её содержание, качество работы студента в процессе выполнения ВКР, наличие публикаций и внедрение результатов работы в практику. Для оценки уровня сформированных компетенций руководителем бакалаврской работы заполняется оценочный лист и составляется отзыв руководителя.

### *Шкала соотношения баллов и оценок*

Оценка	Количество баллов
«2» неудовлетворительно	0-60
«3» удовлетворительно	61-74
«4» хорошо	75-90
«5» отлично	91-100

Оценка **«отлично»** выставляется за выпускную квалификационную работу, которая имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями. При её защите студент показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, владеет современными методами исследования, во время доклада использует наглядный материал, легко отвечает на поставленные вопросы. Выпускная квалификационная работа имеет положительный отзыв научного руководителя.

Оценка **«хорошо»** выставляется за выпускную квалификационную работу, которая имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, последовательное изложение материала соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями. При её защите студент показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, во время доклада использует наглядные пособия, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы. Выпускная квалификационная работа имеет положительный отзыв научного руководителя - рецензента.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за выпускную квалификационную работу, которая имеет исследовательский характер. Теоретическую часть. Базируется на практическом материале, но анализ выполнен поверхностно, в ней просматривается непоследовательность изложения материала. Представлены необоснованные предложения. При её защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного аргументированного ответа на заданные вопросы. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике анализа.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за выпускную квалификационную работу, которая не носит исследовательского характера, не отвечает требованиям, изложенным в методических рекомендациях кафедры. В работе нет выводов, либо они носят декларативный характер. При защите работы студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы, при ответе допускает существенные ошибки. В отзывах научного руководителя (и/или рецензента) имеются серьезные критические замечания.

ГЭК принимает общее решение о присвоении студенту степени бакалавра по направлению 38.03.06 «Торговое дело» и выдаче ему диплома государственного образца. ГЭК может указать на значимость проведенного исследования, рекомендовать выпускные квалификационные работы к публикации, к участию в конкурсах ВКР, к использованию в учебном процессе, рекомендовать выпускников с высоким уровнем подготовки для продолжения обучения в магистратуре.

Выпускник имеет право подать апелляцию о несогласии с результатом государственного аттестационного испытания.

## **8. ПРИЛОЖЕНИЯ**

Образец экзаменационного билета.

Образец титульного листа ВКР.

Образец заявления на выбор темы ВКР.

Образец задания на выполнение ВКР.

Форма отзыва научного руководителя на ВКР.

Форма рецензии на ВКР.

Программу государственной итоговой аттестации составил

Нуровна В.Г. Рук.  
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

ООО "Тинкрисобус" Рук. и  
Метрикова О.В.  
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

Протокол № 1 от 26.08.21 года

Заведующий кафедрой

Кот Зресс О.В.  
(ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена

на заседании учебно-методической комиссии направления

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Председатель комиссии

38.03.06 Торговое дело  
Краснова М.В.  
(ФИО, должность, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Рабочая программа одобрена на 20 22 / 20 23 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 29.08.22 года

Заведующий кафедрой К.С.Н., доцент  Аресв ОВ

Рабочая программа одобрена на 20 \_\_\_\_ / 20 \_\_\_\_ учебный года

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на 20 \_\_\_\_ / 20 \_\_\_\_ учебный года

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Приложение № 1 к программе ГИА

*Образец экзаменационного билета*

**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)**

Институт \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН 20 \_\_\_\_ г.  
по направлению подготовки 38.03.06 – «Торговое дело»

Билет № \_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Утвержден на заседании кафедры «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. (протокол №\_\_\_\_).

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

подпись

инициалы, фамилия

**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)**

# **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

Студент \_\_\_\_\_

Институт \_\_\_\_\_

Направление \_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_

## **Тема выпускной квалификационной работы**

Тема в соответствии с приказом

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
(подпись) (инициалы, фамилия)

Студент \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
(подпись) (инициалы, фамилия)

**Допустить выпускную квалификационную работу к защите  
в государственной экзаменационной комиссии**

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

*Примерный образец заявления на выбор темы ВКР*

Заведующему кафедрой \_\_\_\_\_

от студента гр. \_\_\_\_\_

(ФИО полностью)

дом. адрес: \_\_\_\_\_

моб. телефон: \_\_\_\_\_

эл. почта: \_\_\_\_\_

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу назначить руководителем выпускной квалификационной работы

\_\_\_\_\_ (ученая степень, звание, ФИО)

и закрепить тему \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**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

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**ЗАДАНИЕ**

**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

Студенту \_\_\_\_\_ Фамилия Имя Отчество в родительном падеже

1. Тема ВКР \_\_\_\_\_ в соответствии с приказом \_\_\_\_\_

утверждена приказом по ВлГУ № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

2. Срок сдачи студентом законченной ВКР \_\_\_\_\_

3. Исходные данные к ВКР \_\_\_\_\_

4. Содержание пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов)

Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Научный руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_  
(подпись студента) (инициалы, фамилия)

**ОТЗЫВ**

на выпускную квалификационную работу

Студента \_\_\_\_\_ Фамилия Имя Отчество \_\_\_\_\_  
Группа \_\_\_\_\_  
Направление подготовки (специальность) \_\_\_\_\_  
Направленность (профиль) \_\_\_\_\_  
Институт \_\_\_\_\_

Тема выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_

Научный руководитель \_\_\_\_\_

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО)

Отзыв научного руководителя составляется в произвольной форме с освещением следующих основных вопросов:

соответствие содержания выпускной квалификационной работы теме (заданию) на работу; полнота раскрытия темы; личный вклад автора выпускной квалификационной работы в разработку темы, объем оригинального текста, инициативность, умение проводить исследование, обобщать данные практики и научной литературы и делать правильные выводы; особенности и недостатки выпускной квалификационной работы; рекомендации, пожелания; возможность практического использования результатов выпускной квалификационной работы или ее отдельных частей; оценка работы; другие вопросы.

В выводах дается заключение о соответствии выпускной квалификационной работы предъявляемым требованиям, дается общая оценка квалификационной работы, излагается мнение о возможности допуска к защите.

Научный руководитель \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

С отзывом ознакомлен \_\_\_\_\_ (подпись студента) \_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия студента)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

