

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ, ЭКОНОМИКИ И  
СОЦИОЛОГИИ ТРУДА  
КАФЕДРА ФИНАНСОВ И КРЕДИТА



Принято решение Совета Факультета  
протокол № 8 от 25.08.14



**ПРОГРАММА**  
**ИТОГОВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО**  
**ЭКЗАМЕНА ПО НАПРАВЛЕНИЮ**  
**100700 «Торговое дело»**  
**(квалификация (степень) «бакалавр»)**

**Москва – 2014**

Программа итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки 100700 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») составлена коллективом авторов кафедры финансов и кредита: к.э.н., доцентом Белотеловой Ж.С., к.э.н., доцентом Сорокиной Л.Н., к.э.н., доцентом Кухаренко О.Г., к.э.н. преподавателем Бондаренко А.В. под руководством зав. кафедрой д.э.н., профессора Грунина А.А.

Программа обсуждена на заседании кафедры финансов и кредита 27 августа 2014 г. (протокол № 1).

## ВВЕДЕНИЕ

Программа итогового междисциплинарного экзамена разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100700 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») основой для оценки знаний выпускников Государственной Аттестационной Комиссией.

Междисциплинарный экзамен проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и должен, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные государственным образовательным стандартом по данному направлению (специальности). Итоговый междисциплинарный экзамен позволяет выявить и оценить теоретическую подготовку выпускника для решения профессиональных задач, готовность к основным видам профессиональной деятельности.

Учитывая весь набор требований к подготовке специалистов данного профиля, предлагаемая Программа состоит из совокупности различных дисциплин, входящих в учебный план по направлению подготовки 100700 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр»), и носит междисциплинарный, комплексный характер.

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 100700 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») включает вопросы по следующим дисциплинам:

- Теоретические основы товароведения
- Торговое дело
- Теория коммерции
- Поведение потребителей
- Организация коммерции по сферам применения
- Биржевое дело

Результаты освоения ОПОП ВПО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностями применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В соответствии с ФГОС ВПО подготовки бакалавров по направлению по направлению подготовки 100700 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);

готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);

способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);

готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма (ОК-5);

стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);

способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению

профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);

осознанием сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);

владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-9);

способностью анализировать исторические факты, философские проблемы (ОК-10);

готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели (ОК-11);

способностью применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, умением реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды (ОК-12);

владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-13);

способностью вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-14).

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

*общепрофессиональными:*

способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1);

умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);

*торгово-технологическая деятельность:*

способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3);

способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);

способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-5);

готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);

способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-7);

*организационно-управленческая деятельность:*

способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);

способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);

способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);

способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-11);

готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления (ПК-12);

способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);

готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14);

*логистическая деятельность:*

готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15);

*научно-исследовательская деятельность:*

способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16);

способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности

(коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-17);

*проектная деятельность:*

способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-18);

готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-19).

С целью овладения профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профиля должен:

**ЗНАТЬ:**

- организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия);

- общую теорию статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности, статистические методы оценки и прогнозирования этих видов деятельности;

- сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации, учетную политику организации, бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов, бухгалтерскую отчетность и ее международные стандарты, автоматизацию бухгалтерского учета;

- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;

- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее



составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;

- цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия;

- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалитетические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие;

- виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;

- виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;

- концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;

- сущность, содержание, основные принципы, функции, методы менеджмента; миссии организаций, цели и стратегии управления; управление персоналом;

- цели, объекты, субъекты профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль;

- цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности; виды и формы рекламы, рекламный процесс, организация рекламных компаний и акций, оценка их эффективности;

- виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;

- основные понятия, цели, классификацию информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товаровой деятельности, электронно-платежные системы;

- основы безопасности жизнедеятельности;

- виды опасностей, способных причинить вред человеку и критерии их оценки;

### **УМЕТЬ:**

- определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;

- применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товаровой и рекламной деятельности;

- проводить учет товаров и материальных ценностей; оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий;

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;

- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;

- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;

- ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом;

- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать

товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;

- применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения;

- составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность;

- выбирать логистические цепи и схемы; управлять логистическими процессами компании;

- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;

- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;

- действовать в экстремальных и чрезвычайных ситуациях, применять основные способы выживания;

### **ВЛАДЕТЬ:**

- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования;

- методами и средствами управления логистическими процессами;

- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;

- навыками и способами оказания первой медицинской помощи в экстремальных ситуациях; навыками принятия оптимальных решений, минимизирующих негативное воздействие результатов человеческой деятельности на окружающую среду;

- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;

- умениями вести деловые переговоры;

- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение;

- навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;

- умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности.

При подготовке ответов на государственном экзамене выпускник может использовать данную Программу, как примерный план и уточняющие положения на поставленные вопросы.

## **Вопросы для междисциплинарного Государственного экзамена по направлению подготовки**

### **100700 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр»)**

**Вопрос 1. Торговля, как вид предпринимательской деятельности, ее основные функции.**

Сущность торговой деятельности, её цели и задачи, основные функции в общественном воспроизводстве. Место и роль торговли в структуре экономики.

**Вопрос 2. Предприятие как коммерческая организация**

Назначение и сфера деятельности предприятия. Классификация предприятий. Внутренняя структура предприятия. Создание и юридическое оформление нового предприятия.

**Вопрос 3. Рынок как сфера товарообмена**

Сущность и содержание понятия рынок. Непрерывность производства и обмена товаров. Структура и характеристика рынков. Основные компоненты рынка. Производство и товарообмен.

**Вопрос 4. Инфраструктура товарных рынков**

Сущность, цели и значение создания инфраструктуры товарных рынков в России. Проблемы создания инфраструктуры товарных рынков. Основные направления развития инфраструктуры товарных рынков и их краткая характеристика.

**Вопрос 5. Методологические основы организации коммерческой деятельности.**

Товарный рынок и коммерческая деятельность. Методология организации коммерческой деятельности. Функции коммерческой деятельности организации.

**Вопрос 6. Предпринимательская деятельность предприятия (фирмы).**

Цели и задачи предпринимательства. Этапы развития предпринимательства. Формы предпринимательства. Предпринимательская идея и инициатива. Малое предпринимательство.

**Вопрос 7. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения.**

Перечислите основные организационно-правовые формы предприятий в соответствии с ГК РФ, дайте им характеристику и выявите основные особенности каждой из них.

**Вопрос 8. Сущность и понятие торгового предприятия.**

Торговое предприятие как субъект рыночных отношений. Виды, классификация и экономические особенности торговых предприятий.

**Вопрос 9. Планирование хозяйственной деятельности торгового предприятия.**

Цели и задачи планирования деятельности предприятия в современных условиях. Особенности планирования в торговом предприятии. Виды и система планов.

**Вопрос 10. Понятие процесса товародвижения.**

Основные звенья технологической цепи товародвижения. Товарные склады. Назначение, классификация, оценка эффективности.

**Вопрос 11. Объекты и субъекты товароведной деятельности.**

Основополагающие характеристики товара, их взаимосвязь. Законодательная и нормативная база товарного обеспечения рынка.

**Вопрос 12. Оптовая торговля как вид коммерческой деятельности.**

Цели и задачи оптовой торговли на современном этапе. Экономическое содержание и классификация оптового товарооборота. Классификация предприятий оптовой торговли.

**Вопрос 13. Розничная торговля. Типы розничных торговых предприятий.**

Содержание коммерческой работы по розничной продаже товаров. Функции предприятий розничной торговли. Современные розничные форматы. Современные тенденции розничной торговли.

#### **Вопрос 14. Основные правила розничной торговли и эксплуатации контрольно-кассовых машин**

Правила продажи отдельных видов товаров. Содержание информации продавца о товарах и их изготовителях. Особенности продажи продовольственных, текстильных, трикотажных, швейных, меховых товаров, обуви, технически сложных и других товаров. Правила работы предприятий розничной торговли. Порядок их утверждения, содержание. Правила эксплуатации контрольно-кассовых машин. Порядок ввода в эксплуатацию, техническое обслуживание и ремонт контрольно-кассовых машин. Основные права и обязанности кассира. Санитарные правила торговых предприятий, их основное содержание.

#### **Вопрос 15. Цена и ее экономическая сущность.**

Цена: экономическое содержание, структура. Виды цен, их характеристика. Принципы ценообразования. Методы ценообразования в торговых предприятиях. Государственное регулирование цен.

#### **Вопрос 16. Ценовая эластичность, факторы, воздействующие на уровень цен.**

Факторы влияющие на ценовую эластичность спроса: эффект референтной цены, эффект трудности сравнения, эффект издержек переключения, эффект конечной выгода, эффект участия в затратах, эффект цена качество, эффект расходов, эффект справедливой цены, рамочный эффект.

#### **Вопрос 17. Методология и методы ценообразования.**

Порядок расчета цены. Затраты, включаемые и не включаемые в себестоимость. Группировка затрат по экономическому содержанию, ценовая конкуренция.

**Вопрос 18. Спрос как экономическая категория и форма проявления потребности.**

Взаимосвязь потребности, спроса и потребления. Основные факторы, определяющие объем и структуру спроса на товары.

**Вопрос 19. Характеристика товарного предложения.**

Источники формирования товарного предложения в торговых предприятиях. Закономерности развития товарного предложения в РФ.

**Вопрос 20. Доходы и прибыль торгового предприятия.**

Классификация, анализ и планирование доходов торгового предприятия. Формирование и распределение прибыли. Финансовая отчетность предприятия.

**Вопрос 21. Сущность расходов торгового предприятия.**

Источники формирования расходов, факторы, оказывающие влияние на их величину. Издержки обращения торговых предприятий.

**Вопрос 22. Конкурентоспособность торгового предприятия.**

Факторы, определяющие интенсивность конкуренции в торговле. Виды конкуренции на рынке. Конкурентные преимущества. Конкурентные стратегии.

**Вопрос 23. Трудовые ресурсы торговли: понятие, состав, движение и эффективность использования.**

Особенности труда торговых работников. Понятие рабочего места. Определение потребности в персонале. Управление персоналом. Мотивация и оплата труда персонала.

**Вопрос 24. Управление торговым персоналом.**

Пять аспектов управления торговым персоналом: стратегический аспект, квалификация персонала, технология подбора и первичного обучения, мотивация и стимулирование, контроль и оценка результатов работы. Ключевые показатели оценки эффективности работы персонала магазина (коэффициент конвертации, количество товарных позиций в одном чеке, средний размер чека).



**Вопрос 25. Товарооборот как основной показатель развития предприятия сферы товарного обращения.**

Понятие, значение, состав и структура розничного товарооборота. Показатели и закономерности развития товарооборота.

**Вопрос 26. Внешняя и внутренняя среда коммерческого предприятия.**

Понятие внешней и внутренней среды предприятия. Элементы внешней и внутренней среды.

**Вопрос 27. Устройство и основы технологических планировок магазинов**

Классификация зданий магазинов. Состав и функциональная взаимосвязь помещений магазинов. Зонирование площадей помещений магазинов. Основные требования к составлению технологической планировки помещений магазина. Устройство и планировка торгового зала магазина. Антропометрические и эргономические требования к устройству и планировке торгового зала. Принципы размещения торгового-технологического оборудования и контрольно-кассовых узлов. Эстетические требования к устройству интерьера магазина. Цветовые и световые решения интерьера. Требования к устройству и планировке помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Административно-бытовые помещения, их устройство и размещение. Особенности технологической планировки магазинов самообслуживания.

**Вопрос 28. Должностная инструкция директора магазина, продавца.**

Основные положения, структура, задачи и обязанности директора магазина и продавца.

**Вопрос 29. Правила продажи и обслуживания в торговле.**

Методы работы продавцов. Послепродажное обслуживание.

**Вопрос 30. Активные продажи в торговле.**

Этапы активных продаж в торговле: установление контакта, создание первого впечатления, начало беседы, первые вопросы и ответы, демонстрация товара, работа с вопросами, сомнениями, возражениями, завершение продажи.

### **Вопрос 31. Правила работы с покупателями.**

Причины для конфликтов, поводы для конфликтов, правила поведения продавца в случае конфликтов, привести примеры диалогов в магазинах разной товарной направленности.

### **Вопрос 32. Типология VALS. Сегменты, Характеристики, Специфика применения к российской сфере.**

Раскрыть потребителей движимых нуждой, ориентированных на внешний мир, ориентированных на внутренний мир. Выживающие, убежденные, терпеливые, подражатели, преуспевающие, индивидуалисты, рискующие, заботящиеся о социуме.

### **Вопрос 33. Выбор целевого сегмента и позиционирование.**

Характерный сегмент покупателей, как они ведут себя в магазине, что ждут от ассортимента магазина.

### **Вопрос 34. Брэнд и его измерение.**

Сущность понятия брэнд. Его измерение: функциональное, социальное, духовное, личностное. Брендинг. Гудвил и бренд.

### **Вопрос 35. Товарные ресурсы торговых организаций и предприятий.**

Товарные запасы: методы анализа величины товарных запасов и товарооборачиваемости. Цели и задачи управления товарными запасами магазина.

### **Вопрос 36. Рентабельность и прибыль торговых предприятий.**

Факторы, влияющие на рентабельность торгового предприятия. Прибыль торгового предприятия: сущность, источники формирования, факторы, оказывающие влияние на ее величину. Основные пути роста прибыли в торговых предприятиях.

**Вопрос 37. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий.**

Понятие эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия, критерии и система показателей её оценки и прогнозирования.

**Вопрос 38. Предприятие как объект государственного регулирования.**

Цели, задачи, формы и методы государственного регулирования экономики и предприятий в частности.

**Вопрос 39. Государственное регулирование в сфере торговли.**

Основные направления государственного регулирования торговой деятельности в России. Организация государственного контроля торговли. Контроль деятельности торговых организаций и предприятий, его виды, цели и задачи. Роль Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» в установлении прав и обязанностей организаций, продающих товары или оказывающих услуги, и граждан-потребителей этих товаров и услуг, его структура и характеристика содержания основных разделов. Роль отдельных органов государственного управления в осуществлении контроля торговли. Основные контролирующие функции Роспотребнадзора.

**Вопрос 40. Формирование ассортимента товаров торгового предприятия**

Товар и его классификация. Понятие товарного ассортимента. Три уровня формирования: класс товаров, товарная группа, товарная категория. Ассортиментная матрица. Матрица «поставщик – товар». Доли товарных групп в ассортименте. Ассортиментный минимум магазина.

**Вопрос 41. Управление ассортиментом в торговле на основе категорийного менеджмента.**

Категорийный менеджмент: принципы, организация, методы управления. Разделение категорий на виды: уникальная, приоритетная, базовая, периодическая, удобная. Этапы внедрения категорийного менеджмента.

#### **Вопрос 42. Анализ ассортимента торгового предприятия.**

Прибыль и оборот – основные показатели анализа, план-фактный анализ, попозиционный анализ продаж, рейтинговый анализ ассортимента (сравнение с конкурентами), соотношение цены и качества, доля нереализованных товаров.

#### **Вопрос 43. Методы оптимизации ассортимента на основе ABC- и XYZ- анализа.**

Отнесение товаров к ABC группам, присвоение характеристик группам, сбор данных о продажах, и доле в обороте, расчет количества артикулов, определение вклада в объем продаж и вклада на покрытие затрат. Деление товаров на группы с коэффициентом вариации до 10%, до 10-25%, свыше 25%.

#### **Вопрос 44. Совмещение результатов ABC- и XYZ- анализа.**

Правила совмещения результатов ABC- и XYZ -анализа.

#### **Вопрос 45. Классификация товаров.**

Основные термины классификации: класс товаров, группа товаров, категория (вид), товарная позиция, наименование товара, артикульный номер. Виды товарных классификаций. По долговечности, по предназначению, по интенсивности спроса, по эластичности спроса, по восприятию товара покупателями.

#### **Вопрос 46. Инвентаризация торгового предприятия.**

Правила проведение, использование отчетности, организация работников при проведении, порядок работы торговой точки во время инвентаризации, инструкция по инвентаризации, порядок оформления приказа об инвентаризации, использование штрих кодирования, недостатки, пересортица, покрытие убытков при инвентаризации.

#### **Вопрос 47. Система распределения продукции и посредническая деятельность предприятий.**

Сущность канала распределения продукции и взаимодействие его участников. Посредники в различных каналах распределения. Виды торговых посредников. Выбор варианта распределения продукции.

**Вопрос 48. Функции и задачи управления коммерческим предприятием (фирмой).**

Задачи и построение механизма управления. Основные принципы хозяйственного управления. Структура и функции управления на предприятии.

**Вопрос 50. Планирование деятельности коммерческого предприятия.**

Функции и задачи планирования. Планирование как предвидение и поэтапная организация деятельности предприятия. Технология и организация планирования. Прогнозирование как начальный этап планирования. Отраслевые различия в планировании.

**Вопрос 51. Внутрифирменное планирование и регулирование реализации продукции.**

Ранжирование функций и задач внутрифирменного планирования. Методы и показатели планирования. Связь долгосрочного, текущего и оперативно-календарного планирования. Формирование портфеля заказов и планирование сбыта продукции.

**Вопрос 52. Элементы системы маркетинга в организации коммерческой деятельности предприятия.**

Понятие и формы маркетинговых исследований. Функции маркетинга. Система маркетинга как фактор повышения устойчивости и адаптации предприятий к рынку.

**Вопрос 53. Коммерческие механизмы лизинга.**

Сущность лизинговых операций в современных условиях. Финансовый лизинг. Виды лизинга. Эффективность лизинга. Перспективы развития лизинговых операций.

**Вопрос 54. Франчайзинг как форма организации коммерческой деятельности.**

Сущность франчайзинга как способа организации бизнеса. История развития франчайзинга, мировой опыт и примеры. Понятие франчайзинга в российском законодательстве. Франчайзер и франчайзи: цели, функции, обязанности, права.

**Вопрос 55. Управление качеством продукции на предприятии (фирме).**

Понятие качества. Значение повышения качества. Система показателей качества продукции. Цели и задачи управления качеством. Контроль качество товаров.

**Вопрос 56. Риски коммерческих предприятий.**

Риски предприятий как объект управления, их виды и особенности. Управление рисками и их предупреждение.

**Вопрос 57. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.**

Коммерческая информация: понятие и виды. Роль информации в коммерческой деятельности. Коммерческая тайна и способы её защиты.

**Вопрос 58. Документальное оформление основных операций, осуществляемых в процессе коммерческой деятельности.**

Документация по учёту торговых операций. Документация по учёту кассовых операций и результатов инвентаризации.

**Вопрос 59. Средства товарной информации.**

Требования, предъявляемые к информации о товарах. Штриховое кодирование товаров. Маркировка товаров. Транспортная маркировка грузов.

**Вопрос 60. Товарные знаки.**

Назначение, виды и правовая охрана товарных знаков. Регистрация товарных знаков. Использование и прекращение правовой охраны товарных знаков.

**Вопрос 61. Реклама в коммерческой деятельности.**

Сущность и назначение рекламы в коммерческой деятельности. Правовое обеспечение рекламной деятельности. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Классификация и характеристика средств современной рекламы. Эффективность торговой рекламы.

**Вопрос 62. Договоры в коммерческой деятельности.**

Понятие о сделках и договорах, их классификация. Порядок заключение договора. Изменение и расторжение договора. Ответственность за нарушение обязательств по договору и обеспечение их исполнения. Виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности. Общие сведения о договоре купли-продажи.

**Вопрос 63. Организация и управление коммерческой деятельностью в сфере закупок товаров**

Сущность и значение закупочной работы. Структура и содержание договора поставки. Организация оптовых закупок товаров на товарных биржах. Обоснование объема и структуры оптовых закупок. Выбор поставщиков и каналов продвижения товаров на рынок. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках. Роль и функции оптовых продовольственных рынков в закупке товаров. Мелкооптовые магазины-склады.

**Вопрос 64. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров.**

Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли. Организация продажи товаров в магазинах кэш-энд-керри.

**Вопрос 65. Материально-техническая база оптовой торговли.**

Классификация товарных складов. Виды складских помещений и их планировка.

**Вопрос 66. Организация и технология складских операций.**

Содержание и принципы организации складских операций. Технология операций по поступлению товаров на склад. Организация и технология приёмки товаров по количеству и по качеству. Технология хранения товаров на складе.

### **Вопрос 67. Организация перевозок грузов**

Роль транспорта в торговле. Основные виды транспортных средств и условия их эффективного применения для перевозок товаров. Организация железнодорожных перевозок грузов. Виды железнодорожных перевозок. Особенности устройства и оборудования автомагазинов. Перевозочные средства автомобильного транспорта. Использование специализированного автотранспорта для завоза товаров в магазины. Транспортно-экспедиционное обслуживание, осуществляемое автомобильным транспортом. Оформление отправки и приемки грузов. Тарифы автомобильного транспорта и их применение. Порядок определения платы за перевозку грузов автомобильным транспортом и оказание транспортно-экспедиционных услуг.

### **Вопрос 68. Тара и тарные операции в торговле.**

Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе. Классификация тары. Характеристика основных видов и типов тары. Организация оборота тары в торговле.

### **Вопрос 69. Конкурентоспособность товаров. Факторы, определяющие конкурентоспособность (на примере продовольственных и непродовольственных товаров).**

Понятие фактора конкурентоспособности. Производственные, сбытовые, сервисные, рыночные факторы. Понятие конкурентоспособности товара. Цель оценки. Классификация методов по различным признакам: номенклатура критериев, цель и стадия оценки исходя из жизненного цикла продукции, форма представления данных.

### **Вопрос 70. Задачи мерчандайзинга в розничной торговле.**

Элементы комплекса мерчандайзинга (товар, цена, место, продвижение, персонал), задачи мерчандайзинга. Три уровня мерчандайзинга. Внешний вид магазина, планировка и зонирование торгового зала (типы планировки, принципы, зоны).

### **Вопрос 71. Размещение товаров в магазине.**



Принципы размещения (товарно-отраслевой, комплексный).  
Приоритетные места в торговом зале (раскрыть на примере магазинов различного типа).

**Вопрос 72. Правила выкладки товаров.**

Правило вытянутой руки и уровня глаз, приоритетные места на полках, правило товарной и ценовой категории, правило «лицом к покупателю», правило «фейсинга», правило размещения ценника, правило ввода новой товарной позиции в ассортимент, правило размещения мелкого товара, требования к торговом оборудованию, торговые полки. Правила выкладки товаров: продуктов питания, одежды, бытовой техники, ювелирных изделий, детских товаров, товаров для дома, книжной продукции, канцтоваров.

**Вопрос 73. Виды выкладки товаров.**

Выкладка по производителям, брендам, вертикальная выкладка, горизонтальная выкладка, дисплейная, палетная, навалом, многотоварная.

**Вопрос 74. Измерение эффективности системы мерчандайзинга.**

Выручка с 1 кв. м. и оборот. Учет назначения площадей торговой точки при измерении эффективности. Коэффициент эффективности использования торговой площади (по обороту и по прибыли).

**Вопрос 75. Стандарты мерчандайзинга.**

Требования к ассортименту, требования к количеству каждого представленного товара, определение мест продажи, требования к фейсингу, количество упаковок товаров одного артикула, определение лицевой стороны упаковки, угол размещения товара, размер выставляемого весового товара, размещение артикулов одного бренда.

**Вопрос 76. Согласование концепций жизненного цикла торговой марки, товара, магазина.**

Открытие, интенсивный рост, зрелость, спад жизненного цикла торговой марки, товара, магазина.

**Вопрос 77. Инновации и моделирование в коммерческой деятельности**

Моделирование коммерческой деятельности торговых предприятий. Коммерческие инновации и их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия. Инвестиции в коммерческие инновации. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли.

**Вопрос 78. Биржа как инструмент рыночного ценообразования.**

Цена как основной элемент отношений между продавцами и покупателями. Факторы, влияющие на установления цены. Методы проведения биржевых торгов. Формы проведения биржевых торгов: простой аукцион (английский, голландский), двойной аукцион.

**Вопрос 79. Биржевые товары, их характеристика и классификация.**

Биржевой товар и его характеристика. Требования, предъявляемые к биржевому товару. Классификация биржевых товаров. Ценные бумаги как биржевой товар.

**Вопрос 80. Сделки с реальным товаром.**

Понятие биржевой сделки. Деление сделок на реальный товар в зависимости от срока поставки. Варианты цен учитываемые при сделках с реальным товаром. Формы расчетов при сделках с реальным товаром.

**Вопрос 81. Форвардные сделки.**

Сделки с наличным товаром и их сущность: спот, форвард. Разновидности форвардных биржевых сделок: сделки с залогом и сделки с премией. Бартерные сделки.

**Вопрос 82. Фьючерсные сделки.**

Понятие фьючерсной сделки. Фьючерсный контракт и его свойства. Преимущества фьючерсного контракта. Длинная и короткая позиция контракта. Стоимость контракта. Нотис. Расчет прибыли участников при исполнении фьючерсных контрактов.

**Вопрос 83. Опционные сделки.**

Понятие опционной сделки. Виды опционных сделок. Сравнительная характеристика фьючерсного контракта и опциона. Спред. Операции с опционами на фьючерсных рынках.

**Вопрос 84. Биржа как элемент организованного рынка, ее задачи и функции.**

Понятие биржи. Отличительные признаки бирж как элементов рынка. Классификация бирж. Функции и задачи. Организационно-финансовые условия биржевой торговли. Порядок проведения биржевых торгов. Фазы осуществления торгового процесса. **Вопрос 85. Рынок ценных бумаг как составная часть финансового рынка**

Сущность, цели, задачи, функции рынка ценных бумаг. Виды рынков ценных бумаг. Биржевые сделки на рынке ценных бумаг: сущность, виды и их характеристики. Кассовые и срочные сделки: сущность, особенности осуществления и разновидности.

**Вопрос 86. Участники рынка ценных бумаг.**

Эмитенты, инвесторы, посредники. Финансовые учреждения депозитного типа, инвестиционные фонды и компании как участники рынка ценных бумаг. Профессиональные участники и виды деятельности на рынке ценных бумаг. Фондовые операции банков.

**Вопрос 87. Ценные бумаги: сущность, основные виды и фундаментальные свойства.**

Ценные бумаги: сущность, основная характеристика и классификация. Коммерческие банки как эмитенты и инвесторы на рынке ценных бумаг. Операции коммерческих банков с ценными бумагами. Государственное регулирование рынка ценных бумаг.

**Вопрос 88. Хеджирование на фьючерсных рынках.**

Понятие, сущность и цель хеджирования. Базис и базисный риск. Виды хеджирования: короткий и длинный. Стратегии хеджирования.

**Вопрос 89. Валютный рынок и валютные операции.**

Валютный рынок: сущность, функции и особенности функционирования. Государственное регулирование валютного рынка. Основные участники торговых сделок. Валютные курсы. Валютные операции. Кассовые операции «спот». Срочные операции: форвардные, фьючерсные, опционные. Операции «своп». Механизм заключения сделок на валютной бирже.

#### **Вопрос 90. Основные характеристики фьючерсного контракта.**

Понятие фьючерсного контракта. Основные характеристики фьючерсного контракта. Подсчет прибылей и убытков по контракту. Маржа. Леверидж. Урегулирование обязательств по фьючерсным контрактам.

#### **Вопрос 91. Брокерская фирма и ее место на бирже. Брокерско-дилерская деятельность на бирже.**

Место брокерской фирмы в биржевой деятельности. Функции брокерских фирм. Источники доходов. Брокер как профессиональный участник биржевой торговли. Брокерские документы. Виды поручений брокеру. Дилер как профессиональный участник биржевой торговли.

#### **Вопрос 92. Роль товарных, фондовых и валютных бирж в экономике.**

Роль товарного, фондового, валютного рынков в экономике. Особенности биржевой торговли. Механизм биржевых операций.

#### **Вопрос 93. Регулирование биржевой деятельности.**

Понятие и необходимость регулирования биржевой деятельности. Механизм регулирования. Государственное регулирование биржевой деятельности в России. Принципы и формы государственного регулирования. Саморегулирование биржевой деятельности в России. Принципы и формы саморегулирования

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Федеральный закон от 12 января 2000г. №23-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
4. Федеральный закон от 7 февраля 1992г. «2300-1 «О защите прав потребителей».
5. Указ Президента Российской Федерации от 18.08.1996 № 1212. О совершенствовании работы банковской системы Российской Федерации.
6. ГОСТ Р ИСО 9000-2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
7. ГОСТ 16504-81 Система государственных испытаний продукции. Испытания и контроль качества. Основные термины и определения.
8. Общероссийский классификатор продукции. М.:Стандарт-информ, 2005.
9. Елисеева Л.Г., Иванова Т.Н., Евдокимова О.В. Товароведение и экспертиза продуктов переработки плодов и овощей: Учебник. М.:Дашков и К, 2009 г
10. Вилкова С.А. Экспертиза потребительских товаров: Учебник. М.: Дашков и К, 2010 г.
11. Заикина В.И. Экспертиза мёда и способы обнаружения его фальсификации: Учебное пособие. М.:Дашков и К, 2012 г.
12. Дзахмишева И.Ш., Балаева С.И., Блиева М.В., Алагирова Р.М. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров: Учебное пособие. М.:Дашков и К, 2012 г.
13. Идентификационная экспертиза одежно-обувных и ювелирных товаров/А.Н.Неверов, Е.Л.Пехташева, Е.Ю.Райкова и др.-М.:ИНФРА-М, 2012.-472с.

14. Калачев С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы. - М.: Юрайт, 2011.- 463с.
15. Коммерческое товароведение: Учебник под ред. В.И. Теплового.-М.: Дашков и К, 2012 г.
16. Лифиц И.М., Калачев С.А. Товароведение, экспертиза товаров и стандартизация.-М.:Издательство «Высшее образование», 2009.- 163с.
17. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2012 г.
18. Пучкова Ю.С. Товароведение и экспертиза пищевых жиров, молока и молочных продуктов: Учебник. М.: Дашков и К, 2014 г.
19. Райкова Е.Ю., Додонкин Ю.В. Теория товароведения. –М.:ИЦ «Академия», Мастерство, 2010.-240с.
20. Страхова С.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Тесты. -М.: Издательство «Дашков и К», 2010.- 164с.
21. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров/Е.Ю. Райкова.-М.: Дашков и К, 2012.- 412с.
22. Уварова В.И., Евдокимова О.В. Социологические методы исследования в товароведении пищевых продуктов: Учебное пособие.-М.:ИД «Форум»:ИНФРА-М, 2011.-256с.
23. Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Снитко А.П. Товароведение, экспертиза и стандартизация: Учебник. М.: Дашков и К, 2013 г.
24. Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Снитко А.П. Товароведение непродовольственных товаров: Учебник. М.:Дашков и К, 2012 г.
25. Шевченко В.В. и др. Товароведение и экспертиза потребительских товаров. Учебник для вузов. - М.: ИНФРА - М, 2007.