

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Зам. проректора по учебной работе
_____ Е.С. Авраменко
« ___ » _____ 2018 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ

Перечень сведений о программе вступительных экзаменов в магистратуру	Учетные данные
Образовательная программа Международное предпринимательство в сфере торговли и услуг	Код ОП 38.04.06/01.02
Направление подготовки Торговое дело	Код направления и уровня подготовки 38.04.06
Уровень подготовки Магистр	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: № 323 от 30.03.2015 года

Екатеринбург, 2018

Программа составлена в соответствии с Федеральным Государственным стандартом высшего образования.

Код направления подготовки: 38.04.06

Название направления подготовки: Торговое дело

Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: № 323 от 30.03.2015 года.

Программа вступительных испытаний в магистратуру составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра / департамент
1	Лаврикова Ю.Г.	д.э.н.	профессор	Региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности
2	Паникарова С.В.	д.э.н.	професор	Региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности
3	Яшин А.А.	к.э.н.	доцент	Региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Рекомендовано:

учебно-методическим советом Института государственного управления и предпринимательства

Протокол № 7 от 28.03.2018 г.

Директор ИГУП _____ А.К. Ключев

АННОТАЦИЯ:

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по направлению 38.04.06 «Торговое дело», определяемых действующим Государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.04.06 «Торговое дело».

Экзамен является многокомпонентным и проводится в соответствии с Регламентом проведения вступительных испытаний на образовательные программы магистратуры в Институте государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (утвержден решением Учебно-методического совета ИГУП УрФУ, протокол №7 от 29.03.2017).

Цель экзамена – формирование группы подготовленных и мотивированных для прохождения обучения в магистратуре по направлению 38.04.06 «Торговое дело» слушателей на

основе выбора абитуриентов, наиболее успешно прошедших процедуру вступительных испытаний.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными телефонами и любым другим электронным оборудованием. Обращаем внимание абитуриентов на то, что черновики экзаменационной работы ни во время её проверки, ни во время апелляции не рассматриваются.

Вступительный экзамен включает следующие этапы:

Этап 1. Независимое компьютерное тестирование (далее – тестирование) по направлению подготовки образовательной программы магистратуры (max 70 баллов).

Этап 2. Собеседование о причинах выбора образовательной программы, направления подготовки, на котором рассматривается в том числе портфолио поступающего (max 30 баллов).

Для поступающих на англоязычную программу тестирование оценивается в следующей пропорции: 35 баллов – междисциплинарное тестирование по торговому делу и 35 баллов – тестирование по английскому языку (см. Программу вступительного экзамена по английскому языку).

ЭТАП 1. НЕЗАВИСИМОЕ КОМПЬЮТЕРНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

Целью проведения тестирования является объективная оценка знаний студента по направлению магистерской подготовки.

РАЗДЕЛЫ И ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К НЕЗАВИСИМОМУ КОМПЬЮТЕРНОМУ ТЕСТИРОВАНИЮ

БЛОК 1. МЕНЕДЖМЕНТ В ТОРГОВЛЕ

«ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»

Тема 1. Концептуальные подходы к науке о менеджменте

Теория, предмет, методология, методы менеджмента. Генезис теории менеджмента. Истоки научного менеджмента, классическая школа научного менеджмента, бихевиоризм и школа человеческих отношений.

Тема 2. Организация менеджмента

Миссия организации, цели организации, самоуправление в менеджменте. Организация менеджмента. Принципы менеджмента, характеристики менеджмента, стратегия и тактика менеджмента.

Тема 3. Трудовая группа как объект менеджмента

Структура и динамика трудовой группы, командообразование и лидерство в трудовой группе, социально-психологический климат и коммуникативные барьеры в трудовой группе, групповое принятие решения.

Тема 4. Личность и менеджмент

Современный российский менеджер - социально-демографический портрет, типология российских руководителей, личность в организации.

Тема 5. Функциональное содержание менеджмента

Разделение и кооперация труда менеджера, соотношение и взаимодействие функций в менеджменте, специализация функций менеджмента, место и роль решения в менеджменте.

Тема 6. Методы и инструменты менеджмента

Способы исследования и воздействия в менеджменте, классификация методов менеджмента, инструментарий менеджмента организации, организационно-методическое обеспечение менеджмента.

Тема 7. Процесс и механизм менеджмента

Построение процесса достижения цели, организация менеджментпроцессов, механизм руководства подчиненными. Организация деятельности в менеджменте. Системные методы и типовые формы организации деятельности, организационный дизайн и организационное развитие, процессноориентированные методы организации и регламентация деятельности, применение аутсорсинга.

Тема 8. Собственность и менеджмент

Права собственности и функций менеджмента, менеджеры и собственники, эффективный собственник и производительный собственник. Экономические интересы в менеджменте. Интересы менеджера и собственника: общее и противоречия, передача управления организацией наемному менеджеру, ответственность менеджеров перед собственником.

Тема 9. Менеджер и собственник в управлении

Поведение менеджера и собственника, модель владельческой организации бизнеса, модели менеджеров в построении эффективной организации.

Тема 10. Организационное поведение

Поведение организации, поведение индивида, поведение группы. Организационное проектирование. Модели организационного проектирования, технология организационного проектирования, проектирование рабочего места.

Тема 11. Организационное развитие

Необходимость организационного развития, изменения в организации, сопротивление изменениям в организациях. Оценка менеджмента. Подходы к оценке менеджмента, результаты менеджмента организации, эффективность менеджмента.

Тема 12. Перспективы и направления развития менеджмента.

Тенденции развития современного менеджмента, парадоксы развития современного менеджмента, прогнозирование развития менеджмента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афанасьев В.Я. Теория менеджмента: Учебник. - 2-е изд. - М.: Юрайт, 2013.
2. Баринов В.А. Теория менеджмента: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2014 [ЭБС znanium.com].
3. Гусаров Ю.В., Гусарова Л.Ф. Теория менеджмента: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2013. [ЭБС znanium.com].
4. Переверзев М.П., Шайденко Н.А. и др. Менеджмент: Учебник / Под общ. ред. М.П. Переверзева. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2013

«ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

Тема 1. Торговля: сущность, функции, место и роль в экономике РФ

Торговля как составная часть сферы обращения. Экономическая сущность торговой услуги. Товар - предмет торговой деятельности. Место и роль торговли в процессе общественного воспроизводства. Торговля в структуре экономики, ее взаимосвязь с другими отраслями, кредитно-финансовой системой государственным бюджетом и денежным обращением. Функции торговли как отрасли экономики. Роль и место торговли в экономике РФ. Качественные характеристики современного состояния отрасли. Экономические и социальные проблемы и перспективы развития торговли.

Тема 2. Торговля и рынок

Соотношение категорий «рынок» и «торговля». Элементы рынка и их реализация в торговле. Рынок потребительских товаров. Классификация рынка потребительских товаров по товарной специализации, региональному признаку, уровню монополизации, степени насыщенности товарами, активности процессов купли-продажи. Особенности формирования рынка потребительских товаров. Структура потребительского рынка. Спрос и предложение - факторы, определяющие состояние потребительского рынка. Понятие конъюнктуры и емкости потребительского рынка.

Тема 3. Организационная структура торговли

Общая характеристика видов торговли. Внутренняя и внешняя торговля. Оптовая и розничная торговля, их задачи и функции. Виды оптовой торговли: закупочная торговля по производственным связям, торговля сырьем и материалами. Формы предприятий оптовой торговли. Виды розничной торговли. Формы предприятий розничной торговли. Отличительные черты оптовой и розничной торговли. Розничная и оптовая торговые сети.

Массовое питание. Формы предприятий массового питания.

Тема 4. Государственное регулирование сферы обращения

Регулирующие функции государства в условиях рыночной экономики и их влияние на торговую деятельность. Методы государственного регулирования. Формирование конкурентной рыночной среды. Лицензирование и сертификация услуг торговли. Организация государственного контроля торговли. Защита прав потребителей. Правила торговли. Правила продажи отдельных видов товаров. Зарубежный опыт государственного регулирования сферы обращения.

Тема 5. Социально-экономическая эффективность торговли

Основные финансово-экономические показатели деятельности торгового предприятия. Товарооборот как экономическая категория и показатель

хозяйственной деятельности. Доходы. Затраты. Прибыль от реализации товаров. Сущность и критерии экономической эффективности торговли. Методологические подходы к оценке эффективности торговли.

Тема 6. Розничная торговая сеть: экономическая сущность, классификация и общая характеристика

Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети. Классификации розничной торговой сети. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности.

Классификация розничной торговой сети по стационарности, специализации, типу розничных торговых предприятий. Понятие формата розничного торгового предприятия и факторы его определяющие. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары. Материальнотехническая база розничной торговли. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним. Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети.

Тема 7. Оптовые посредники, их виды и функции

Роль и функции оптовых торговых предприятий на потребительском рынке. Классификация оптовых торговых предприятий. Основные виды оптово-посреднических структур: их общая характеристика, задачи и функции деятельности на товарном рынке. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.

Создание вертикально и горизонтально интегрированных систем в оптовой торговле.

Тема 8. Товарные склады: их виды, функции, основы технологической планировки

Понятие и экономическое назначение товарных складов в системе товароснабжения торговых предприятий. Классификация и виды товарных складов. Основные тенденции развития современного складского хозяйства.

Тема 9. Организация перевозок товаров и транспортно-экспедиционного обслуживания организаций торговли

Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств. Организация перевозок товаров железнодорожным, автомобильным, морским, речным, воздушным видами транспорта. Критерии выбора вида транспортных средств для перевозки товаров. Особенности и сферы применения различных видов транспортных средств в торговле; их сравнительная характеристика.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Организация и управление торговым предприятием: Учебник/ Под ред. д-ра экон. наук, проф. Л.А. Брагина, д-ра экон. наук, проф. Т.П. Данько. - М: ИНФРА-М, 2010.
2. Егоров В.Ф. Организация торговли: Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2009.
3. Чкалова О.В. Торговое дело: Учеб. пособ. - М.: Эксмо, 2014.
4. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Стукалова И.Б. Розничные торговые сети: инновационные технологии продаж: Монография. - М.: Изд-во Рос.экон.акад., 2010.
5. Розничные торговые сети: стратегии, экономика, управление:
6. Учебное пособие/ Под ред. А.А. Есютина и Е.В. Карповой - М.: КНОРУС, 2010.
7. Власова М.Л. Создание торгово-развлекательных центров в России: практический подход - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009
8. Иванов Г.Г., Холин Е.С. Коммерческая деятельность: учебник-М.: ИД «Форум»: ИНФРАМ,2014
9. Баженов Ю. К. Розничная торговля в России : монография М.: ИД «Форум»: ИНФРАМ,2011
10. Диянова С. Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учеб.пособие. М.Магистр, 2012
11. Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Шипилова С.С. Оптовая торговля : учебное пособие / Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, С.С. Шипилова. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2013
12. Чернов В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес : учеб. пособие. М.:ЮНИТИ, 2012

Рекомендуемые интернет-ресурсы:

1. www.minpromtorg.gov.ru - официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ
2. www.rospotrebnadzor.ru - официальный сайт Федеральной службы в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека (Роспотребнадзор)
3. www.consultant.ru
4. www.rbc.ru
5. www.gks.ru
6. www.co.ru
1. www.economy.gov.ru
2. www.retail.ru
3. www.retailclub.ru
4. www.retailer.ru
5. www.shop-academy.com
6. www.vedomosti.ru

«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Тема 1. Сущность, виды и подходы маркетинга

Концепции маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Выбор целевого рынка: критерии и алгоритм. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг.

Тема 2. Основы конкурентного позиционирования

Понятие и критерии сегментации. Понятие позиционирования. Оценка конкурентной среды, конкурентных преимуществ, конкурентного позиционирования. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс).

Тема 3. Товар в системе маркетинговых мероприятий

Классификация товаров. Понятие потребительской ценности товара. Товарная политика, ее содержание в системе маркетинга. Потребительские товары и товары производственного назначения. Формирование ассортимента товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Маркетинговые решения на различных этапах ЖЦТ. Товарный знак и его сущность. Упаковка и маркировка товара. Понятие «новый товар»: критерии новизны.

Тема 4. Сбыт в системе маркетинга

Торговые посредники. Маркетинговые решения в розничной и оптовой торговле. Маркетинговая логистика. Формы организации маркетинговых каналов. Планирование сбыта. Критерии выбора каналов товародвижения в зависимости от особенностей товара рынков сбыта и протяженности каналов. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга. Понятие прямого маркетинга. Конкуренция в оптовой и розничной торговле.

Тема 5. Цена и ценообразование

Понятие цены. Роль и функции цены на рынке. Виды и структура цен. Понятие и этапы маркетингового ценообразования. Факторы маркетингового ценообразования. Основные решения по цене. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные этапы процесса коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламные стратегии. Маркетинг услуг. Промышленный маркетинг.

Тема 6. Управление маркетингом

Маркетинг как управленческая концепция. Значение организационной структуры маркетинговой деятельности на предприятии. Организация маркетинга в компаниях, организациях. Стратегическое и оперативное управление маркетингом. Маркетинговые решения по развитию стратегических направлений (структуры) бизнеса. Портфельные стратегии. Маркетинговые решения по обеспечению роста компании. Основные направления корпоративного роста.

Стратегии роста И. Ансоффа. Маркетинговые решения по обоснованию

конкурентных преимуществ компании на рынке. Базовые конкурентные стратегии М. Портера. Маркетинговые решения по целевым рынкам. Определение и отбор целевых рынков. Методы оценки рынка и спроса.

Тема 7. Маркетинговые коммуникации

Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламной деятельности. Виды рекламы по различным классификационным признакам. Стратегия рекламного обращения. Планирование рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламы. Области применения прямого маркетинга как коммуникационного инструмента. Роль стимулирования продаж в программе маркетинговых коммуникаций компании. Постановка целей для стимулирования сбыта. Проблемы, ограничения и перспективы применения стимулирования сбыта. Роль PR и паблисити как элементов комплекса продвижения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреев С.Н. Некоммерческий маркетинг: учебное пособие. М.: Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
2. Блэкуэлл Р., Миниарт П., Энджел Дж. Поведение потребителей, 10-е издание - СПб.: Питер, 2009 г. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации, 2-е издание. - М.: Дело и сервис, 2011г.
3. Голубкова Е. Н., Сейфуллаева М. Э.. Международный маркетинг. М.: ДИС, 2008.
4. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: стратегические решения: учебное пособие. / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
5. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 13-е издание. СПб.: Питер, 2012.
6. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. - СПб.: Питер, 2011.
7. Мусатов Б.В., Мусатова Ж.Б. Маркетинговое планирование а аудит: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
8. Мусатов Б.В., Мусатов Ж.Б. Экономический анализ маркетинговых решений: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: методы анализа отрасли и конкурентов. 3-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
10. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И., Цветкова А.Б., Хапенков В.Н., Федюнин Д.В. Интегрированные коммуникации. М.: изд-во Академия, 2014
11. Сейфуллаева М. Международный маркетинг. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 12.2010

13. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг, 3-е издание - М.: Инфра-М, 2012.
14. Черчилль Г., Браун Т.. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007.

Периодические издания. Журналы:

1. «Маркетинг в России и за рубежом» (периодичность 6 раз в год, издательство ДиС)
2. «Маркетинг и маркетинговые исследования» (периодичность 6 раз в год, входит в список ВАК, издательский дом «Гребенников»)
3. «Маркетинг и финансы» (периодичность 4 раза в год, издательский дом «Гребенников»)
4. «Практический маркетинг» (периодичность 6 раз в год, издательство VCI-Marketing)
5. «Маркетинг-про» (периодичность 4 раза в год, <http://www.marketingpro.ru>)
6. «Секрет фирмы» (деловой еженедельник)
7. «Эксперт» (деловой журнал)
8. «Компания» (деловой журнал)
9. «Деньги» (деловой журнал)

Интернет-ресурсы

1. <http://www.cfin.ru> - вопросы менеджмента и маркетинга
2. <http://www.consultmarketing.ru> - сайт М. Иванова и М. Фербера
3. <http://www.e-xecutive.ru> - информационный портал, посвященный вопросам менеджмента
4. <http://www.expert.ru> - сайт журнала «Эксперт»
5. <http://www.gazeta.ru> - сайт издания «Газета»
6. <http://www.raexpert.ru> - сайт рейтингового агентства «ЭкспертРА»
7. <http://www.rbsys.ru> - сайт компании "Российские бизнес системы"
8. <http://www.dis.ru> - сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»
9. <http://www.marketingandresearch.ru> - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»
10. <http://www.gortis.info> - сайт журнала «Практика рыночных исследований»
11. <http://www.bci-marketing.aha.ru> - сайт журнала «Практический маркетинг»
12. <http://juno.emeraldinsight.com> - European Journal Of Marketing
13. <http://www.elsevier.nl/locate/indmarman> - Industrial Marketing Management
14. <http://www.marketingpower.com/> - Американская Маркетинговая Ассоциация
15. <http://www.ams-web.org/> - Web-ресурсы Академии маркетинговой науки (AMS- Academy)

БЛОК 2. ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Тема 1. Генезис экономической теории

Генезис экономической теории. Экономический выбор. Экономические системы: сущность, основные проблемы, типы и модели. Экономический выбор. Кривая производственных возможностей

Тема 2. Экономические институты

Роль экономических институтов в рыночной экономике. Собственность: эволюция форм собственности, виды, причины и условия трансформации форм собственности. Формы и методы вмешательства государства в экономику.

Тема 3. Рыночный механизм

Рынок как экономическая категория. Эволюция взглядов на рынок. Структура и инфраструктура рынка. Рыночный механизм и его элементы: цена, спрос, предложение. Эластичность спроса и предложения. Государственное регулирование рынка товара и ценообразования.

Тема 4. Теория потребительского выбора

Теория потребительского поведения. Формирование индивидуального и рыночного спроса. Оценка благосостояния потребителя. Поведение потребителя в условиях неопределенности. Риск как экономическая категория.

Тема 5. Теория производства

Производственная функция. Технологическая и экономическая эффективность производства. Краткосрочный и долгосрочный период производственной деятельности. Анализ условий эффективного производства. Траектория развития. Динамика и минимизация производственных издержек. Определение экономически эффективного способа производства.

Тема 6. Экономическая конкуренция

Экономическая конкуренция: механизм действия и функциональная роль. Совершенная конкуренция. Рынок и предприятие в условиях совершенной конкуренции в коротком и длительном периодах. Эффективность совершенно конкурентного рынка. Рынок монополии. Особенности ценообразования. Регулирование деятельности монополии. Монополистическая конкуренция. Роль неценовой конкуренции. Проблемы эффективности.

Олигополия. Модели поведения участников рынка. Ценовая координация и неценовая конкуренция на рынке олигополий.

Тема 7. Рынок факторов производства

Экономическое равновесие на рынке ресурсов. Условия максимизации

прибыли и минимизации издержек. Эффект дохода и эффект объема выпуска. Экономическая рента. Рынок труда и его характеристика. Соотношение между свободным и рабочим временем. Эффективность труда. Ценообразование на рынке труда. Влияние профсоюзов на рынок труда. Инвестиции в человеческий капитал. Рынок капитала и его характеристика. Фактор неопределенности и оценка риска. Дисконтированная стоимость капитальных вложений. Рынок природных ресурсов (земли) и его характеристика. Земельная рента.

Тема 8. Провалы рынка

Провалы рынка и объективная необходимость государственного регулирования. Минимальные и максимальные границы государственного вмешательства. Государственное регулирование экономики в свете кейнсианства и неоконсервативных концепций. Трансакционные издержки и теорема Коуза. Производство общественных благ. Асимметрия информации на рынке.

Тема 9. Основные макроэкономические показатели и их измерение

Основные направления макроэкономической мысли: кейнсианское, неоклассическое, монетаристское и др. Методология макроэкономического анализа. Общественное воспроизводство: сущность и модели. Показатели потока и запаса. Экзогенные и эндогенные переменные. Основные макроэкономические показатели, принципы и способы их оценки Индексы цен.

Тема 10. Совокупный спрос и совокупное предложение.

Совокупный спрос и совокупное предложение, краткосрочное и долгосрочное макроэкономическое равновесие. Последствия экономических шоков. Экономический рост: сущность, эффективность и качество. Модели экономического роста.

Тема 11. Экономическая нестабильность.

Теории экономических циклов. Особенности экономических кризисов 90-х гг. XX века и начала XXI века в России. Инструменты и эффективность антикризисной политики государства.

Рынок труда в классической, неоклассической и монетарной теориях. Экономические издержки безработицы. Экономическая политика государства в области занятости. Система социальной защиты, социальные программы помощи. Особенности безработицы в условиях современной экономики России.

Инфляция. Теория ожиданий. Экономические издержки инфляции. Её влияние на уровень жизни населения, перераспределение национального дохода, объём национального продукта. Кривая Филлипса. Кейнсианская антиинфляционная политика. Монетарная программа. Специфика инфляционного процесса в экономике современной России.

Тема 12. Потребление и сбережения домашних хозяйств, инвестиции предприятий

Модели потребительского спроса: кейнсианская модель, «загадка Кузнецца», модель межвременного замещения И. Фишера, модель жизненного цикла, модель перманентного дохода. Инвестиции. Взаимосвязь инвестиций и национального дохода. Равновесный объем национального производства. Крест Кейнса. Парадокс бережливости. Изменение равновесного уровня национального производства. Мультипликаторный эффект и его графическая интерпретация. Рецессионный и инфляционный разрывы. Государственные и совокупные расходы. Мультипликатор инвестиций. Эффект вытеснения. Акселерация. Простейшая формула акселератора.

Тема 13. Фискальная политика государства

Фискальная политика государства: сущность, виды, инструменты, эффективность. Дефицит и профицит государственного бюджета.

Сбалансированный бюджет. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Государственный долг. Управление государственным долгом.

Тема 14. Денежный рынок

Теоретические модели спроса на деньги. Денежные агрегаты. Структура денежной массы и денежной базы. Денежная мультипликация. Денежнокредитная политика: сущность, виды, инструменты, эффективность.

Тема 15. Международная экономика и теория мировой торговли

Закономерности развития мирового хозяйства и его особенности в эпоху глобализации. Теории абсолютных (А.Смит) и относительных (Д.Рикардо) преимуществ в мировой торговле. Концепция Э. Хекшера и Б.Олина. Парадокс В. Леонтьева. Спрос, предложение и равновесный уровень цен на мировом рынке. Выигрыш мирового хозяйства от внешней торговли. Внешнеторговый мультипликатор. Основные элементы торговой политики государства. Протекционизм и фритредерство. Тарифные и нетарифные ограничения в мировой торговле.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абель Э., Бернанке Б. Макроэкономика. 5-е изд. - СПб, 2008.
2. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика.- 8-е изд -СПб.: «Питер», 2010. — 208 с.
3. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 2-х томах. - СПб.: «Экономическая школа», 2006.
4. Макконнелл К. Р. и Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Учебник. Перевод с 16-го англ. изд. М.: «Республика», 2006.
5. Макроэкономика: учебник для бакалавров /А.В.Аносова, И.А.Ким, С.Ф.Серегина и др. ; под ред. С.Ф. Серегинной.-2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2013 - 521 с.
6. Мэнкью Г. Макроэкономика. - М.: Издательство МГУ, 1994.

7. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для ВУЗов. - М.: «НОРМА», 2001 - 2006.
8. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник. - М.: Изд-во «КноРус», 2013.
9. Тарасевич Л.С., Гальперин В.М., Гребенников П.И., Леусский А.И. Макроэкономика: Учебник. / Общая ред. Л.С. Тарасевича. - СПб.: СПбГУЭФ, 1999 - 2006.
10. Экономическая теория: Учебник/ Под ред. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. - М.: «ИНФРА-М», 2006.

Периодические издания. Журналы:

1. «Вопросы экономики»;
2. «Журнал экономической теории»;
3. «Научные труды Вольного экономического общества»;
4. «Российский экономический журнал»;
5. «ЭКО (экономика и организация промышленного производства)»;
6. «Экономическая наука современной России»;
7. «Экономические науки»;
8. «Вестник Московского университета»;
9. «Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова»; - «Экономический журнал ГУ-ВШЭ».

«ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ (ТОРГОВЛИ)»

Тема 1. Организации торговли как субъект рыночных отношений

Понятие, классификация и характерные экономические черты торговых организаций. Основные нормативно-правовые документы, регулирующие хозяйственную деятельность торговых организаций.

Тема 2. Товарооборот торговых организаций

Товарооборот и основные виды ресурсов, используемых торговыми организациями для его осуществления. Товарооборот розничных торговых организаций и его характеристика. Товарооборот оптовых торговых организаций и его классификация. Особенности товарооборота организаций внедомашнего питания.

Тема 3. Товарные ресурсы и товарные запасы в деятельности торговых организаций

Товарные ресурсы, движение товарных ресурсов. Обеспеченность торговых организаций товарными ресурсами и эффективность их использования. Понятие товарных запасов. Сущность и классификация товарных запасов. Соотношение между объемом товарооборота и величиной товарных запасов. Количественное определение величины товарных запасов. Товарооборачиваемость, скорость и время товарного обращения. Методы анализа величины товарных запасов и товарооборачиваемости.

Тема 4. Труд и трудовые ресурсы в торговых организациях

Особенности труда в торговых организациях. Категорирование работников в торговых организациях. Численность работников в торговых организациях и ее характеристика. Обеспеченность торговых организаций трудовыми ресурсами. Показатели движения трудовых ресурсов и методы их расчета, применяемые в торговле. Понятие производительности труда торговых работников. Расчеты, применяемые в торговых организациях. Факторы, определяющие производительность труда торговых работников.

Тема 5. Заработная плата в торговых организациях

Понятие заработной платы. Принципы организации заработной платы в торговых организациях. Причины, вызывающие необходимость дифференциации размеров заработной платы. Тарифная и бестарифная заработная плата. Повременная оплата труда и ее виды. Условия эффективного применения в торговле повременной формы заработной платы Премииальные системы, их виды и составные части. Системы выплат, применяемые в торговле.

Тема 6. Материально-техническая база в торговле

Понятие материально-технической базы и ее составные части. Нематериальные активы и их состав. Понятие основных фондов торговых организаций. Классификация основных фондов. Оценка основных фондов и определение их годности. Эффективность использования основных фондов и ее количественное измерение. Стоимостные и натуральные показатели эффективности использования основных фондов. Виды ремонтов, используемых в торговых организациях. Методы финансирования развития основных фондов. Износ и амортизация основных фондов в торговых организациях.

Тема 7. Финансы и финансовые ресурсы торговых организаций

Понятие финансов. Принципы организации финансов. Функции финансов. Финансовое состояние торговых организаций. Методы определения финансового состояния. Банкротство и директивно установленные критерии банкротства. Оценка финансового состояния с помощью многофакторных экономико-математических моделей (на примере «Z-счета»). Средства торговых организаций. Источники формирования средств. Основные и оборотные средства. Эффективность использования оборотных средств. Финансирование капитальных вложений в торговле. Понятие кредита. Основные принципы кредитования. Обеспеченность кредита. Виды финансовых (банковских) кредитов; коммерческие и товарные кредиты в торговле.

Тема 8. Доходы торговых организаций

Понятие и классификация дохода в торговых организациях. Факторы, влияющие на формирование доходов в торговых организациях. Доходы и валовые доходы в торговле.

Доходы и цены. Показатели количественного измерения доходов в торговых организациях.

Тема 9. Расходы торговых организаций

Расходы в торговых организациях: сущность и понятие. Классификация расходов торговых организаций. Расходы и издержки обращения. Факторы, влияющие на величину расходов и издержек обращения в торговых организациях. Показатели, используемые для количественного измерения величины издержек обращения торговыми организациями.

Тема 10. Прибыль в торговле

Понятие и сущность прибыли в торговле. Классификация прибыли. Факторы, определяющие величину прибыли. Порядок распределения прибыли в торговых организациях. Понятие и сущность рентабельности. Показатели, применяемые для количественного измерения величины прибыли и уровня рентабельности в торговых организациях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: Учебник/Под общ. ред. проф. Брагина Л.А. - М.: ИНФРА-М,
2. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия.- М.: ИЦ
3. АКАДЕМИЯ, 2010.
4. Иванов Г.Г. Экономика организации (торговля) - М.: ИД Форум: ИД ИНФРА-М, 2014
5. Экономика предприятий торговли и общественного питания: Учебное пособие / Под ред. Николаевой Т.И. и Егоровой Н.Р. - М.: КНОРУС, 2010
6. Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания - М.: «ИТК Дашков и К», 2010.
7. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: Учебник - М.: «ИТК Дашков и К», 2014
8. Чкалова О.В. Торговое дело: Учебное пособие - М.: Эксмо, 2014.
9. Хваткин Н.Г. Экономика оптовой торговли продовольствием: Учебное пособие - М.: Эксмо, 2008

Рекомендуемые Интернет-ресурсы:

1. www.minpromtorg.gov.ru - официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ
2. www.rosпотребнадзор.ru - официальный сайт Федеральной службы в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека (Роспотребнадзор)
3. www.consultant.ru
4. www.rbc.ru
5. www.gks.ru

6. www.co.ru
7. www.economy.gov.ru
8. www.retail.ru
9. www.retailclub.ru
10. www.retailer.ru
11. www.shop-academy.com
12. www.vedomosti.ru

ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ВОПРОСОВ НЕЗАВИСИМОГО КОМПЬЮТЕРНОГО ТЕСТИРОВАНИЯ

БЛОК 1. МЕНЕДЖМЕНТ В ТОРГОВЛЕ

Объектом управления может выступать:

- 1.товарная система
- 2.любая система
- 3.социальная система
- 4.техническая система

Программа осуществления бизнес-операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта называется:

- 1.стратегический план
- 2.тактический план
- 3.оперативный план
- 4.бизнес-план

Курс деятельности торгового предприятия характеризуется:

- 1.особенностью его деятельности
- 2.внутренней политикой государства
- 3.внешней политикой государства
- 4.собственными планами руководителя предприятия

Наступательная стратегия предприятия разрабатывается для:

- 1.сохранения в неизменном виде его ресурсов
- 2.увеличения отрыва от конкурентов
- 3.выхода его на мировой уровень
- 4.расширения деятельности

Торговля товарами поштучно или в небольших количествах для личного, некоммерческого использования конечным потребителям называется:

- 1.розничной
- 2.штучной
- 3.оптовой
- 4.стихийной

Анализ внутренней среды торговой организации позволяет узнать:

- 1.состояние и эффективность использования ресурсов
- 2.об инициативных планах сотрудников
- 3.об отношениях между сотрудниками организации
- 4.чем интересуются люди в коллективе

Вид управленческой деятельности, обеспечивающий концентрацию усилий организации на наиболее перспективных направлениях деятельности — это:

1. контроль в торговле
2. руководство в торговле
3. организация в торговле
4. планирование в торговле

Совокупность из двух или более связанных между собой элементов, одним из которых является товарное предложение, а другими — потребности, спрос, ресурсы, информация, рыночные условия и факторы, называется:

1. торговой системой
2. системой
3. организацией
4. товарной системой

В торговле покупательский рейтинг во многом формируется за счет:

1. личности директора магазина
2. организации обслуживания покупателей в торговом зале
3. рекламы по телевидению
4. наименований фирм производителей, представленные в данном магазине

Обеспечить доход собственника позволяет:

1. бизнес-план стратегии предпринимательства
2. инвестиционный бизнес-план
3. антикризисный бизнес-план
4. корпоративный бизнес-план

БЛОК 2. ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Делает рынок более привлекательным для новых отечественных и иностранных инвестиций

1. экономический подъем
2. современная экономическая политика
3. экономический спад
4. экономический кризис

Планируемые поступления и выбытие денежных средств, избыток или дефицит финансовых ресурсов отражает:

1. проект баланса
2. стратегия финансирования
3. прогноз движения денежных средств
4. стратегия кредитования

Какие предприятия признаются коммерческими:

- 1.любые предприятия, имеющие самостоятельный баланс или смету;
- 2.любые предприятия, получающие прибыль;
- 3.предприятия, основной целью которых является получение прибыли;
- 4.предприятия, функционирующие в сфере товарного обращения.

При зачислении на баланс основные фонды оцениваются:

- 1.по восстановительной стоимости;
- 2.по полной первоначальной стоимости;
- 3.по остаточной стоимости;
- 4.по смешанной стоимости.

Амортизация – это:

- 1.отчисления, соответствующие степени износа основных фондов;
- 2.часть балансовой стоимости основных фондов, учитывающая степень износа основных фондов и выраженная в процентах;
- 3.процесс постоянного перенесения стоимости основных фондов на реализуемую продукцию и услуги в целях накопления средств для полного их восстановления;
- 4.расходы на содержание основных фондов.

Уровень использования основных фондов характеризуют:

- 1.рентабельность, прибыль;
- 2.фондоотдача, фондоемкость;
- 3.товарооборот;
- 4.производительность труда работников.

Показатель, рассчитываемый отношением товарной продукции к стоимости основных средств, называется:

- 1.рентабельность;
- 2.ликвидность;
- 3.фондоемкость;
- 4.фондоотдача.

Оборотные средства включают в себя:

- 1.оборотные фонды;
- 2.оборотные фонды и фонды обращения;
- 3.основные средства и фонды обращения;
- 4.основные средства и оборотные фонды.

Цена товара определяется как ...

- 1.стоимость единицы товара при его реализации;
- 2.общая стоимость затрат предприятия, связанных с производством и

- реализацией товаров;
- 3.общая сумма переменных затрат на единицу товара + прибыль;
- 4.сумма переменных и постоянных затрат.

К переменным расходам относят такие затраты, как:

- 1.арендная плата;
- 2.амортизационные отчисления;
- 3.общехозяйственные расходы;
- 4.топливо и энергия на технологические цели.

ЭТАП 2. СОБЕСЕДОВАНИЕ О ПРИЧИНАХ ВЫБОРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ, НА КОТОРОМ РАССМАТРИВАЕТСЯ В ТОМ ЧИСЛЕ ПОРТФОЛИО ПОСТУПАЮЩЕГО

Целью собеседования является оценка коммуникационных характеристик поступающего, способности его излагать свои мысли устно, а также оценка портфолио достижения поступающего.

Собеседование проводится экзаменационной комиссией, состав которой утверждается распоряжением директора института до начала приемной кампании, не реже 1 раза в месяц.

Ответственный секретарь отборочной комиссии предоставляет экзаменационной комиссии протоколы тестирования на каждого поступающего. Изменять баллы предыдущих этапов экзаменационная комиссия не может.

Поступающий должен предоставить на собеседование свое портфолио, в которое в обязательном порядке должно входить мотивационное письмо. В письме поступающий должен объяснить, почему он хочет учиться на данной образовательной программе. Объем письма – 250-300 слов. Также портфолио может включать другие документы на усмотрение поступающего (дипломы, грамоты, сертификаты, соответствующие направлению обучения, копия трудовой книжки по профессии, соответствующей направлению подготовки, графические работы, скриншоты собственных сайтов, рекламные продукты, разработанные лично поступающим, и т.д.).

Критерии оценки на собеседовании:

- портфолио поступающего (максимум 15 баллов);
- ответы на вопросы комиссии (максимум 5 баллов);
- логика изложения своих мыслей (максимум 5 баллов);
- грамотность речи и словарный запас (максимум 5 баллов).