

**УТВЕРЖДЕНО**  
И.о. ректора ФГАОУ ВО «СГЭУ»  
д.э.н. профессор  
*Е.А.Канрашина*  
Е.А.Канрашина  
(приказ № 118-Обот от 28.10.2021 г.)



**ПРИЛОЖЕНИЕ 12.20**  
к Правилам приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет» на 2022-2023 учебный год

**Программа вступительных испытаний,  
проводимых университетом самостоятельно,  
по дисциплине «Экономика и организация коммерческой деятельности»  
для поступающих на обучение по программам магистратуры  
в ФГАОУ ВО «СГЭУ» на 2022/2023 учебный год**

## Содержание

1. Содержание дисциплины.....	3
2. Структура и содержание экзаменационной работы.....	17
Критерии оценивания работы.....	17
3. Список рекомендуемой литературы.....	19

Программа вступительных испытаний по магистерской программе «Эффективные продажи и управление закупками» направления «Торговое дело» формируется на основе ФГОС высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата)

## 1. Содержание программы

### Тема 1. ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Внешняя среда предприятия. Прямое воздействие внешней среды на экономику предприятия: государство, поставщики, потребители, конкуренты. Косвенное воздействие внешней среды на экономику предприятия: состояние экономики, социальные факторы, политические факторы, достижения НТР, международное экономическое влияние. Государственное регулирование деятельности предприятий. Информационное и методическое обеспечение функционирования предприятий.

### Тема 2. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Обоснование необходимости государственного регулирования экономики.

Методы и направления государственного регулирования. Принципы государственного регулирования.

Административные методы государственного регулирования. Лицензирование и его принципы. Сертификация услуг предприятий.

Экономические методы регулирования деятельности коммерческих предприятий. Механизмы налогообложения коммерческих предприятий.

### Тема 3. ДОХОДЫ И РАСХОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Экономическое содержание дохода и прибыли. Источники формирования доходов коммерческих предприятий. Общий (валовой) доход. Средний доход. Предельный доход. Пути увеличения доходов и прибыли на коммерческих предприятиях. Закон максимизации прибыли.

Состав затрат коммерческих предприятий. Характеристика элементов затрат и составляющих их статей, включаемых и не включаемых в бухгалтерские издержки.

### Тема 4. ИЗДЕРЖКИ, СВЯЗАННЫЕ С ЗАПАСАМИ. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО РАЗМЕРА ЗАКАЗА

Определение размера заказа и запасов на основе минимизации уровня совокупных издержек. Состав издержек, связанных с запасами. Издержки владения запасами. Издержки заказа. Издержки, связанные с дефицитом.

Определение оптимального размера заказа. Формула Уилсона.

### Тема 5. ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ

Собственные и заемные средства коммерческих предприятий. Основные способы привлечения заемных средств. Банковские кредиты. Оценка и выбор банка. Виды кредита. Способы обеспечения кредита. Погашение кредита. Небанковский кредит.

### Тема 6. КОНТРОЛИНГ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Сущность, функции и задачи контроллинга. Основные концепции контроллинга. Контроллинг как интегрированная управленческая функция. Отличия контроллинга от учетных функций подразделений предприятия. Структура и содержательная характеристика разделов контроллинга. Виды контроллинга.



## Тема 7. МЕТОДЫ РАСЧЕТА ПОТРЕБНОСТИ В МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСАХ

Общий расход (потребность) материальных ресурсов. Удельный расход материальных ресурсов. Нормирование материальных ресурсов. Нормы и нормативы.

Определение потребности на выполнение производственной программы. Определение потребности на прирост незавершенного производства.

Определение потребности на ремонтно-эксплуатационные нужды.

Определение потребности в материалах на прочие работы промышленно-производственного назначения.

## Тема 8. НОРМАТИВНАЯ БАЗА ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Значение и методы регулирования коммерческой деятельности.

Характеристика количественных, номенклатурно-качественных, организационно-правовых и стоимостных норм и нормативов.

Использование норм и нормативов в организации и планировании коммерческой деятельности предприятий и организаций.

## Тема 9. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВАХ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Значение и роль нормирования оборотных средств. Норма и норматив оборотных средств. Нормирование товарных запасов и составляющих их элементов. Нормирование прочих активов оборотных средств.

## Тема 10. ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Основной капитал и основные производственные фонды. Сущность, назначение и состав основных фондов. Отличия основных фондов от оборотных средств. Функции основных фондов и их классификация. Стоимостная оценка основных фондов: первоначальная (балансовая), восстановительная, остаточная, ликвидационная стоимость.

Износ основных фондов и порядок его возмещения. Физический износ, его виды, факторы, влияющие на его размер. Методы определения физического износа. Моральный износ и его формы. Воспроизводство основных фондов. Текущий, капитальный, восстановительный ремонт. Реновация.

Амортизация основных фондов: цель, необходимость, механизм. Норма амортизации. Амортизационный период. Расчет общего размера амортизационных отчислений на предприятии.

Показатели эффективности использования основных фондов. Порядок их расчета. Факторы, влияющие на изменение фондоотдачи основных фондов.

Анализ использования оборудования и производственной мощности предприятия. Показатели, характеризующие использование производственной мощности предприятия и его оборудования. Порядок их исчисления и анализа. Расчет влияния факторов на изменение объема реализуемой продукции.

Эффективность капитальных вложений. Показатели эффективности: срок окупаемости, коэффициент общей экономической эффективности. Факторы, влияющие на эффективность капитальных вложений. служащих.

## Тема 11. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ФОРМЫ КОНЬЮКТУРНОГО АНАЛИЗА. 3А. ОСОБЕННОСТИ КОНЬЮКТУРНОГО АНАЛИЗА

Понятие конъюнктуры рынка и необходимость ее изучения. Понятие конъюнктурного анализа. Направления конъюнктурного анализа: выявление тенденций и темпов развития конъюнктура за определенный период; определение состояния конъюнктуры на последнюю дату.

Объекты конъюнктурного анализа: конъюнктура товарного рынка; общехозяйственная конъюнктура

Виды конъюнктурного анализа. В зависимости от поставленной задачи: разовые исследования; текущие исследования. В зависимости от используемой информации и способам ее получения: кабинетные исследования, полевые исследования.

Особенности конъюнктурного анализа: учет множества показателей; учет взаимосвязей явлений экономической жизни; невозможность механического переноса тенденции с одних рынков на другие рынки; неустойчивость конъюнктуры.

Этапы конъюнктурного анализа: текущее наблюдение; анализ конъюнктуры; прогноз конъюнктуры на ближайший планируемый период; оценка эффективности использования результатов конъюнктурного прогноза.

## Тема 12. ПРИБЫЛЬ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОРЯДОК ЕЕ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ

Прибыль как основной показатель коммерческой деятельности предприятия. Прибыль от реализации и других видов деятельности. Виды прибыли и их содержание. Налогообложение прибыли, виды налогов, льготы по налогу на прибыль, предоставляемые коммерческим предприятиям. Прибыль, не облагаемая налогом. Распределение прибыли на коммерческих предприятиях. Возможности увеличения прибыли на коммерческих предприятиях.

## Тема 13. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

Понятие рентабельности коммерческих предприятий. Система показателей рентабельности и порядок их расчета. Факторы, влияющие на рентабельность. Общая рентабельность, рентабельность продукции,



рентабельность собственного и инвестированного капитала. Анализ рентабельности.

#### Тема 14. СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ

Сущность и классификация издержек обращения: чистые и дополнительные; явные (бухгалтерские) и неявные; постоянные и переменные. Основные показатели определения затрат фирмы и их расчет: валовые, средние, предельные издержки. Значение показателя затрат в финансово-хозяйственной деятельности коммерческих предприятий.

Состав затрат коммерческих предприятий. Характеристика элементов затрат и составляющих их статей, включаемых и не включаемых в бухгалтерские издержки.

Цель и задачи планирования издержек обращения коммерческих предприятий. Методы планирования. Снижение затрат как фактор конкурентоспособности предприятия.

#### Тема 15. СУЩНОСТЬ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ИХ СОСТАВ И СТРУКТУРА

Роль и назначение оборотных средств. Оборотные фонды. Фонды обращения. Источники формирования оборотных средств. Деление оборотных средств в зависимости от различных признаков: по вещественному содержанию, по принципу организации и планирования, по источникам формирования и т.д. Факторы, влияющие на размер и структуру оборотных средств.

#### Тема 16. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯ, ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

Сущность и содержание труда. Формирование трудовых ресурсов коммерческих предприятий. Понятие трудовых ресурсов. Рабочая сила как

товар и ее отличительные особенности. Кадровая политика предприятия. Требования, предъявляемые к работникам современных предприятий.

Признаки классификации трудовых ресурсов: функциональный состав, категории, квалификация, специальность, разряд, характер трудовых отношений и т.д.

## Тема 17. ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Экономическая связь уровня цен и доходов торгового предприятия.

Структура розничной цены. Виды цен и их формирование в предприятиях торговли различных форм собственности. Влияние цен на развитие коммерческой деятельности в торговых предприятиях. Формирование ценовой политики торгового предприятия. Связь ценовой политики с уровнем доходов предприятия. Специфика стратегии ценообразования в торговых предприятиях. Основные принципы формирования ценовой политики торгового предприятия.

Проблемы ценообразования при переходе к рыночной экономике. Характеристика законодательных актов в области ценообразования. Методы регулирования цен.

## Тема 18. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Методы анализа эффективности использования ресурсов предприятия. Оптимизация издержек обращения и производства. Анализ баланса, затрат, оценка конкуренции. Выявление сильных и слабых сторон в развитии предприятия. Анализ вариантов возможных вложений капиталов. Анализ рынка, отраслевой анализ.

Источники информации о состоянии экономики предприятия. Внешняя и внутренняя информация. Понятие и цель управленческого учёта. Современный уровень и перспективы развития управленческого учёта.



## Тема 19. ВИДЫ ОПТОВО - ПОСРЕДНИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Классификация оптово-посреднических организаций по функциональной направленности. Характеристика особенностей торгово-коммерческих посредников, их задач и функций. Экономическое значение оптово-посреднических фирм товаропроводящей сети. Классификация дилерских и дистрибьюторских фирм по размерам привлеченности капитала, численности персонала, номенклатуре товаров, масштабу охватываемой коммерческой деятельностью территории.

## Тема 20. ВИДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Значение розничных торговых сетей в развитии сферы обращения. Транснациональные и общенациональные сети. Основные условия создания розничных торговых сетей.

Тенденции в формировании розничной торговой сети. Торговые цепи и их состав: супермаркеты, гипермаркеты, дискаунты.

## Тема 21. ЗНАЧЕНИЕ И ВИДЫ РЕКЛАМЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Экономическая сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности. Реклама как форма коммуникации.

Виды рекламы в коммерческой деятельности: реклама в СМИ, стимулирование сбыта (sales promotion), паблик-релейшнз и директ-маркетинг.

Требования, предъявляемые к рекламе на современном этапе.

## Тема 22. КОММЕРЧЕСКИЕ РИСКИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

Экономическая сущность и предпосылки возникновения рисков. Признаки классификации, виды рисков. Основные коммерческие операции и причины наступления рисковых обстоятельств.

Анализ и оценка рисков. Задачи анализа, методы анализа: метод аналогий, метод чувствительности, анализ сценариев, метод Монте-Карло, экспертные методы. Условия применения.

Методы управления рисками: получение дополнительной информации; распределение рынка между участниками коммерческого проекта; страхование риска; резервирование материальных и денежных средств; диверсификация; метод активного воздействия. Хеджирование рисков.

### Тема 23. КОММЕРЧЕСКИЕ СВЯЗИ, ИХ ВИДЫ И СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Коммерческие связи. Классификация коммерческих связей: в зависимости от метода осуществления коммерческих операций; по типу продукции; в зависимости от масштаба; по отраслевому признаку; по времени действия; по степени тесноты взаимодействия участников; по способам поставки.

Способы установления контактов по инициативе продавца и способы установления контактов по инициативе покупателя.

### Тема 24. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ И ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Закономерности формирования организационных структур управления коммерческой деятельностью. Принципы построения организационных структур коммерческих служб предприятий. Структурное построение коммерческих служб предприятия и их основные функции. Коммерческие службы промышленного предприятия. Факторы, влияющие на построение организационной структуры коммерческих служб промышленных предприятий. Схемы организационного построения отделов материально-технического обеспечения.

Коммерческие службы торговых предприятий. Цель, задачи и структура коммерческой службы торговой организации. Структура

коммерческой службы организации оптовой торговли. Должностные общности работников коммерческой службы. Структура квалификационных характеристик. Должностные обязанности коммерческого директора, менеджера, начальника отдела маркетинга и рекламы, менеджера по рекламе, специалиста по маркетингу, начальника отдела закупок, коммивояжера, начальника отдела продаж, товароведа, заведующего складом.

## Тема 25. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

Основные требования организации товароснабжения предприятий розничной торговли. Принципы товароснабжения: планомерность, ритмичность, оперативность, экономичность.

Централизованный завоз - наиболее эффективный метод доставки товаров на розничные предприятия.

Подготовительные мероприятия оптового предприятия при осуществлении завоза товаров:

- анализ расположения торговой сети, группировка предприятия розничной торговли по типам и объему товарооборота;
- расчет грузооборота, оптимального размера поставки и частоты завоза, потребности в транспортных средствах и многооборотной таре и разработка рациональных маршрутов доставки товаров;
- подготовка механизмов, транспортных средств и оборудования экспедиционных складов;
- установка системы материальной ответственности сторон за выполнение условий доставки;
- расчет эффективности применения централизованной доставки товаров и выявление резервов ее повышения.



## Тема 26. ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОГОВЛИ В ИНТЕРНЕТЕ

Понятие интернет-магазина. Преимущества интернет-магазина. Функции, выполняемые интернет-магазинами: основные и сопутствующие. Интернет-витрины. Торговый автомат. Автоматические магазины.

Организация деятельности в электронном магазине. Основные модели создания интерактивных магазинов: упрощенная модель, полномасштабная модель. Арендванный интернет-магазин. Готовый "коробочный продукт". Заказная разработка. Собственная разработка.

Модели функционирования: модель, построенная на организации электронной розничной торговли, имеющей реальные товарные запасы; модель информационного посредничества, при которой реальных запасов не имеется; модель, при которой электронные магазины имеют контакты с множеством поставщиков множества товаров, которым предоставляется возможность предложения товаров через Интернет.

Выбор места размещения электронного магазина: на сервере провайдера; собственный сервер с размещением его у провайдера; собственный сервер с размещением его на территории фирмы.

Механизм взаимодействия интернет-магазина с покупателями. Технологии продаж интернет-магазина: осмотр витрины; просмотр каталога; выбор товара; оформление заказа; оплата и получение заказа; гарантийный сервис. Организация доставки. Организация платежей.

## Тема 27. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЗАКУПОК И ПРОЦЕДУРА ИХ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ

Основные виды закупок и процедура их осуществления

Закупка товара одной партией. Регулярные закупки мелкими партиями. Ежедневные, ежемесячные закупки по котировочным ведомостям. Получение товара по мере необходимости. Закупка товара с немедленной сдачей. Процедуры их осуществления. Достоинства и недостатки.

## Тема 28. ПОНЯТИЕ ЗАПАСОВ. ФУНКЦИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ

Экономическая сущность и значение материальных запасов в коммерческой деятельности предприятия.

Основные мотивы создания материальных запасов: вероятность нарушения установленного графика поставок; возможность колебания спроса; оптимизация издержек, связанных с оформлением заказа; возможность равномерного осуществления операций по производству и распределению; возможность немедленного обслуживания покупателей; сведение к минимуму простоев производства из-за отсутствия запасных частей; упрощение процесса управления производством; скидки за покупку крупных партий товаров (спекулятивные мотивы); сезонные колебания производства некоторых видов товаров.

## Тема 29. ПОНЯТИЕ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, ИХ ВИДЫ И ФУНКЦИИ

Канал сбыта - путь движения товара от производителя к потребителю.

Основные параметры: начальный и конечный пункты; траектория, длина и ширина, промежуточные пункты; скорость и время движения; интенсивность движения.

Функции: исследовательская работа, распределение, доставка, хранение, предпродажная подготовка и обслуживание, продажа, послепродажное обслуживание.

Виды: нулевой, одноуровневый, двух-, трех-, многоуровневые каналы.

Значение посредников в структуре канала распределения продукции. Интенсивное распределение, распределение на правах исключительности, селективное распределение.



## Тема 30. ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК СУБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Понятие и организационно-правовые формы промышленных предприятий.

Характер взаимодействия промышленного предприятия с внешней средой.

Закупочная (материально-техническое снабжение) и сбытовая деятельность промышленного предприятия.

Классификация промышленных предприятий по типу производства (единичное, серийное массовое производство), по количеству видов производимой продукции (специализированные и многопрофильные в зависимости от размеров (крупные, средние, мелкие), по степени прерывности производства (с прерывным и непрерывным режимом работы). Особенности коммерческой деятельности промышленных предприятий различного типа.

## Тема 31. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СБЫТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сущность сбытовой деятельности предприятия. Организационная структура службы сбыта: инфраструктура и организационная структура управления сбытовой деятельностью.

Организационная структура управления сбытом: подразделения маркетинга, планово-экономические подразделения, договорно-юридические, финансово-бухгалтерские, оперативно-диспетчерские.

Формы организации управления сбытовой деятельностью: централизованные, децентрализованная, смешанная.

Формы сбыта: собственная, связанная, независимая. Методы сбыта: прямой косвенный, смешанный.

Простые и сложные системы сбыта. Варианты сложных сбытовых систем: традиционная, координированная, горизонтальная, комбинированная.

Особенности сбыта в сфере производственной деятельности, оптово-посреднической деятельности.

### Тема 32. ФРАНЧАЙЗИНГ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ

Сущность франчайзинга. Виды франчайзинга: франчайзинг товаров; производственный франчайзинг; сервисный; франчайзинг бизнес-формата.

Договор коммерческой концессии. Стороны договора коммерческой концессии. Права и обязанности франчайзера и франчайзи. Достоинства и недостатки франчайзинга. Проблемы и перспективы развития франчайзинга в России.

## 2. Структура и содержание экзаменационной работы.

### Критерии оценивания работы.

Вступительное испытание проводится в письменной форме. Задания экзаменационной работы представлены в форме тестов.

Экзаменационная работа состоит из 2-х частей, включающих в себя 35 заданий.

**Первая часть работы** включает 25 заданий с начислением за каждое выполненное задание 2 балла. Задания первой части – это задания закрытого типа с выбором одного правильного ответа из четырех предложенных.

**Вторая часть работы** включает 10 заданий с начислением за каждое выполненное задание от 0 до 5 баллов. Вторая часть включает задания открытого типа, требующие краткого ответа, который участник экзамена должен записать в виде слова (слов), словосочетания или числа (чисел). За полностью правильный ответ дается максимальный балл – 5 баллов. За частично выполненное задание начисляется от 1 до 4 баллов.

Минимальный балл за экзаменационную работу, позволяющий участвовать в конкурсе – 25 баллов.

Максимальный балл за всю экзаменационную работу – 100 баллов.

Время выполнения работы – 3 часа (180 минут).

При приеме на обучение в СГЭУ на программу магистратуры результаты вступительного испытания, проводимого Университетом самостоятельно, оцениваются по 100-бальной шкале. Шкала оценивания результатов вступительных испытаний, проводимых Университетом самостоятельно, устанавливается СГЭУ от 0 до 100 баллов по предмету «Экономика и организация коммерческой деятельности».

**Шкала оценивания результатов вступительных испытаний,  
проводимым СГЭУ самостоятельно, для поступающих на программы  
магистратуры**

<b>Предмет, по которому проводится ВИ</b>	<b>Полностью верно (балл за каждое задание)</b>	<b>Частично верно (балл за каждое задание)</b>	<b>Неверно (балл за каждое задание)</b>	<b>Общий балл за все полностью верные результаты</b>	
<b>Экономика и организация коммерческой деятельности</b>					
	а) часть I (25 заданий)	2	-	0	50
	б) часть II (10 заданий)	5	1-4	0	50
Максимальный балл за всю экзаменационную работу – 100 баллов					



#### 4. Список рекомендуемой литературы

##### Основная литература

1. Григорьев, М.Н. Коммерческая логистика: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. - 3-е изд., испр. и доп. —М.: Издательство Юрайт, 2017. —507 с. —(Бакалавр. Академический курс).
2. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): Учебник для бакалавров / Л.П. Дашков, В.К. Памбухичианц, О.В. Памбухичианц. - М.: Дашков и К, 2015.
3. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность: учебное пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман; под науч. ред. Н. Р. Кельчевской. —М.: Издательство Юрайт, 2017. —134 с. —(Университеты России).
4. Дыбская, В.В. Логистика складирования: учебник (ФГОС ВПО третьего поколения). - ИНФРА-М, 2015.
5. Ерохина, Л.И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения: учебник для вузов / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Т.И. Марченко. - М.: КНОРУС, 2015.
6. .Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 404 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01641-3. <https://www.biblioonline.ru/book/B8AF5F0D-081D-4FA2-9860-7A032376F9EC>
7. Магомедов, Ш. Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник для бакалавров. - Дашков и К, 2015.
8. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин; под ред. Е. Ф. Прокушева. —9-е изд., перераб. и доп. —М.: Издательство Юрайт, 2016. —412 с. —(Бакалавр. Прикладной курс).



9. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: Учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон, текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 500 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=60422>.— «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю
10. Сергеев, В. И. Логистика снабжения: учебник для бакалавриата и магистратуры, 2-е изд., перераб. и доп. // В.И. Сергеев, И. П. Эльяшевич. - Юрайт, 2015.
11. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. —3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. —495 с. —(Бакалавр. Академический курс).
12. Толпегина О.А . Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в 2ч.-3 издание, перераб и доп.-М.: Изд-во Юрайт, 2018.-364 с.- (серия: Бакалавр Академический)- ISB N 978-5-534- 05185-8. <HTTPS://WWW.BIBLIO-ONLINE.RU/BOOK72F445428-9B46-49C0 - 9130-0A6665EC4525>

#### Дополнительная литература

1. Брагин Л.А. Электронная коммерция: учебник // Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - 2015.
2. Гайсин Р.С . Экономическая теория. Учебник. - Инфра-М., 2014.
3. Кобелев О.А . Электронная коммерция [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Кобелев О.А. — Электрон, текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 684 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book?id=60477>.— «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. - М.: Вильямс, 2012.
5. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие. - ФОРУМ, 2015.

6. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. М. Кондратенко [и др.]; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. —3-е изд., перераб. и доп. —М.: Издательство Юрайт, 2017. —408 с. —(Бакалавр. Прикладной курс).
7. Минько, Э. В. Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия: учебное пособие. - Финансы и статистика, 2014.
8. Михайлов, Д. М. Внешнеторговое финансирование и гарантийный бизнес: практ. пособие / Д. М. Михайлов. —3-е изд. —М.: Издательство Юрайт, 2016. —905 с.
9. Неруш, Ю. Логистика: учебник для академического бакалавриата / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. - 5-е изд., перераб. и доп. —М.: Издательство Юрайт, 2017. —559 с. —(Бакалавр. Академический курс).
10. Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли : учебник для бакалавров / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 468 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5- 9916-2987-4. <https://www.biblio-online.ru/book/BFC3E42C-8B66-4820-A2F2-59D05FC784B3>

И.о.зав. кафедрой коммерции

сервиса и туризма



Горгодзе Т.Е.