

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по профилю Коммерция 38.03.06 Торговое дело включает:

- государственный экзамен;
- защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

Форма государственного экзамена - устный.

Уровень образования - бакалавриат.

ВКР (нужное подчеркнуть):

- бакалаврская работа;
- магистерская диссертация;
- дипломная работа (проект).

Объем ГИА в соответствии с требованиями ФГОС, рабочего учебного плана составляет 324 часа, 9 з.е.

Государственный экзамен (экзамены)

1. Перечень вопросов по дисциплинам, входящим в структуру государственного экзамена.

Б1.Б.4 Экономическая теория

1. Аграрные отношения и их особенности. Земельная рента.
2. Валютный рынок и курс валюты.
3. ВВП – основной макроэкономический показатель. ВВП и методы его расчета. Номинальный и реальный ВВП.
4. Дефицит государственного бюджета.
5. Закон предложения. Предложение в трех временных периодах.
6. Заработная плата в экономической теории: два подхода.
7. Издержки производства в экономической теории: два подхода.
8. Инфляция: сущность, причины, виды. Антиинфляционная политика.
9. Кредитно-денежная политика: цели, инструменты, подходы.
10. Кругооборот и оборот капитала. Амортизация.
11. Маржинализм. Основные положения и принципы теории предельной полезности.
12. Налоговая система: сущность и функции, принципы налогообложения.

13. Несовершенная конкуренция. Монополия и ее виды. Ценообразование в условиях монополии.
14. Потребление, сбережения, инвестиции: функции, графики.
15. Прибыль: два подхода в экономической теории.
16. Процесс накопления капитала. Концентрация и централизация капитала.
17. Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции.
18. Равновесный объем производства, макроэкономические методы определения равновесного объема производства.
19. Рынок факторов производства.
20. Собственность. Структура отношений собственности. Формы собственности и их многообразие.
21. Собственность. Структура отношений собственности. Формы собственности и их многообразие.
22. Совокупный спрос и совокупное предложение.
23. Спрос: сущность, виды, закон, функция, график и неценовые факторы. Эластичность спроса.
24. Сущность безработицы, ее уровень и типы. Социально-экономические последствия безработицы.
25. Сущность денег и их функции.
26. Сущность и функции рынка. Виды рынка. Преимущества и несовершенства рынка.
27. Трудовая теория стоимости: основные методологические положения.
28. Цикличность – всеобщая форма развития. Экономический цикл и его основные фонды.
29. Экономический рост: сущность и факторы его определения, типы.
30. Экономическое содержание и виды ценных бумаг. Рынок ценных бумаг и его функции.

Б3.Б.4 Маркетинг

1. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение товара и услуги.
2. Личные продажи и управление сбытом.
3. Методы маркетинговых коммуникаций в оптовых и розничных продажах.
4. Методы стимулирования сбыта.

5. Методы ценообразования на продукцию и услуги предприятия.
6. Прогнозирование спроса на продукцию и услуги.
7. Прямой и интерактивный маркетинг.
8. Сущность сегментации в маркетинге. Выбор целевого рынка.

Б3.Б.1 Экономика организации

1. Доходы и расходы коммерческой организации
2. Коммерческие риски и методы управления ими
3. Основные производственные фонды как составляющая материально-технической базы коммерческой деятельности.
4. Сущность и классификация издержек обращения.

Б3.Б.6 Коммерческая деятельность

1. Виды оптово-посреднических организаций
2. Виды организаций розничной торговли.
3. Классификация запасов.
4. Коммерческие связи, их виды и способы формирования
5. Лизинговые операции их виды и формы.
6. Организация и технология розничной продажи товаров
7. Основные виды закупок и процедура их осуществления.
8. Понятие запасов. Причины создания запасов. Функции материальных запасов.
9. Структура и содержание договора купли-продажи.
10. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Объекты, субъекты КД. Функции КД.
11. Типы и виды посредников в КД.
12. Франчайзинг: сущность, виды, особенности договора.

Б3.Б.9 Логистика

1. Виды логистики. Функциональные области логистики и их характеристика.
2. Виды логистических систем. Принципы создания логистических систем.
3. Толкающая концепция управления потоками в коммерческой логистике
4. Тянущая концепция управления потоками в коммерческой логистике.
5. Элементная структура логистики: логистические звенья, цепи, каналы, сети, системы.

Б3.Б.11 Рекламная деятельность

1. Значение и виды рекламы в коммерческой деятельности

Б3.В.ОД.1 Электронная коммерция

1. Организация розничной торговли в Интернет.
2. Электронная коммерция: понятие и цели. Виды моделей электронной коммерции
3. Электронный обмен данными в коммерции. Стандарты электронного обмена данными.

Б3.В.ОД.2 Транспортное обеспечение коммерческой деятельности

1. Характеристика транспортной системы России.
2. Сущность грузовых перевозок и их классификация. Показатели качества транспортного обслуживания грузовладельцев.

Б3.В.ОД.3 Коммерческая деятельность промышленных предприятий

1. Методы расчета потребности в материальных ресурсах

Б3.В.ОД.5 Организация внешнеторговых операций

1. Особенности внешнеторговых операций
2. Условия инкотермс и их использование в КД.

Б3.В.ОД.6 Исследование рынка в коммерции

1. Методы розничных продаж
2. Понятие, виды и формы конъюнктурного анализа. Особенности конъюнктурного анализа

Б3.В.ОД.7 Коммерческая логистика

1. Взаимосвязь маркетинга и логистики в процессе сбыта продукции.
2. Виды логистических информационных систем.
3. Виды перевозок в коммерческой логистике.
4. Задача «МОВ» и ее решение в коммерческой логистике. Логистический аутсорсинг.
5. Задачи и функции распределительной логистики.
6. Значение и методы расчета страховых запасов в коммерческой логистике.
7. Издержки, связанные с запасами. Определение оптимального размера заказа.
8. Критерии выбора перевозчиков при организации логистических процессов.
9. Модели экспедирования перевозок.
10. Показатели эффективности логистической деятельности.

11. Понятие каналов распределения, их виды, структура и функции.
12. Система управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами.
13. Система управления запасами с фиксированным размером заказа.
14. Содержание концепции физического распределения в коммерческой логистике.
15. Сущность и виды логистического сервиса. Оценка уровня обслуживания потребителей.
16. Упаковка и маркировка в логистике. Штриховое кодирование.
17. Формирование систем складирования в логистике.
18. Цели и задачи закупочной логистики.
19. Этапы и методы решения задачи выбора поставщиков. Критерии выбора поставщиков.

Б3.В.ДВ.7 Биржевое дело

1. Биржевые сделки и их сущность.

2. Рекомендации по подготовке к государственному экзамену.

В процессе подготовки к государственному экзамену кафедра Коммерции, сервиса и туризма рекомендует воспользоваться кратким раскрытием содержания вопросов и литературой.

Биржевые сделки и их сущность

Условия содержания биржевой сделки: наименование, качество и количество товара, цена и форма оплаты; распределение расходов по транспортировке, хранению и страхованию товара; пункт доставки товара; срок исполнения и условия поставки.

Биржевые сделки с реальным и с наличным товаром.

Форвардные биржевые сделки. Преимущества и недостатки.

Биржевые сделки с залогом и с премией.

Бартерные и условные сделки.

Особенности форвардных сделок, способы их урегулирования (ликвидации).

Процедура поставки реального товара. Ликвидация путем совершения обратной сделки.

Основные типы сделок на разнице цен. Опционные сделки, виды опционов.

Основная разница между опционом и фьючерсным контрактом.

Расчеты по биржевым сделкам: платежные требования, отказ от акцепта, аккредитивы, платежное поручение, чек, вексель.

Взаимосвязь маркетинга и логистики в процессе сбыта продукции.

Эффективную организацию распределения производимой продукции обеспечивает распределительная логистика. Она охватывает всю цепь системы распределения : маркетинг, транспортировка, складирование и т.д.

Этапы развития логистики и маркетинга. Задачи распределительной логистики и маркетинга (изучение потребностей рынка, способы и методы наиболее полного удовлетворения потребностей путем более эффективной организации транспортно-экспедиционного обслуживания). Концепция маркетинга с точки зрения логистического подхода.

Виды логистики. Функциональные области логистики и их характеристика.

Виды логистики. Классификация видов логистики по уровню локализации логистических задач (макро-, мезо- и микрологистика); по отношению к рассматриваемому объекту управления (внешняя и внутренняя); в соответствии с функциональной дифференциацией (закупочная, внутрипроизводственная, распределительная), по виду ресурсов (материальные, информационные, финансовые, трудовые ресурсы); принадлежности к сфере деятельности (материального производства, сфера услуг). Виды логистики материальных ресурсов (логистика запасов, складская логистика, транспортная логистика).

Виды логистических информационных систем.

Информационные системы в логистике. Структура информационных логистических систем. Принципы формирования информационных логистических систем. Функции и задачи информационных логистических систем. Виды информационных логистических систем в зависимости от характера решаемых задач.

Сферы применения информационных логистических систем. Современные технологии передачи информации в логистике. Программные продукты логистики.

Виды логистических систем. Принципы создания логистических систем.

Определение логистической системы.

Общие принципы создания и функционирования логистических систем: эмерджентность, коммуникативность, иерархичность, адаптивность, эквивалентность, необходимое разнообразие и специфические принципы, относящиеся только к логистическим системам: интегрированность, дифференцированность, относительная автономность, аллеативность, сопряженность звеньев.

Специфические принципы логистических систем: сопряженность, интегрированность, дифференцированность, автономность, паллиативность.

Основные виды логистических систем, выделенных по признаку «степень локализации хозяйственной системы»: микросистемы (включая внутренние и внешние (мета-) системы), мезосистемы и макросистемы. Логистические системы с прямыми связями. Эшелонированные логистические системы. Логистические системы с гибкой связью.

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 привлеченного капитала, численностью персонала, номенклатуре товаров, масштабу охватываемой коммерческой деятельностью территории.

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.

Виды перевозок в коммерческой логистике.

Характеристика основных видов перевозок: прямые, смешанные, интермодальные, мультимодальные, комбинированные.

Процесс выбора перевозчика на основе знания основных критериев их деятельности.

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.

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.

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

Задача «МОВ» и ее решение в коммерческой логистике. Логистический аутсорсинг.

Сущность задачи «МОВ». Факторы, влияющие на ее решение.

Понятие логистического аутсорсинга и инсорсинга. Их преимущества и недостатки.

Понятие и виды PL операторов.

Задачи и функции распределительной логистики.

Основные виды каналов распределения: прямые, смешанные, эшеланированные, а также аргумент в пользу выбора каждого из них.

Содержание функций распределения, понимать особенности коммерческого, канального и физического распределения. Сущность и значение управления цепью поставок.

Значение и виды рекламы в коммерческой деятельности

Экономическая сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности.

Рекламу - форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, а также идеи, на язык нужд и запросов потребителей.

Виды рекламы в коммерческой деятельности: реклама в СМИ, стимулирование сбыта (sales promotion), публик рилейшнз и директ-маркетинг. В этом комплексе маркетинговых коммуникаций сейлз промоушн и публик рилейшнз вместе часто называют промоциональными видами рекламной деятельности.

Требования предъявляемые к рекламе на современном этапе.

Значение и методы расчета страховых запасов в коммерческой логистике.

Понятие и назначение страховых запасов. Два подхода к определению их уровня: на основе оценки времени альтернативной поставки и оценки времени задержки поставки. Использование методов максимальной задержки, расчета средней арифметической времени задержки, расчета среднего квадратического отклонения

времени задержки. Расчет уровня запасов с учетом требуемой степени гарантированности снабжения.

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.

Классификация запасов.

Сущность и значение: сбытовых запасов на предприятиях - изготовителях; запасов в пути (или транспортных запасов); запасов на складах оптово-посреднических организаций; запасов на предприятиях розничной торговли; запасов на предприятиях-потребителях (производственные запасы и запасы в незавершенном производстве); запасов личного потребления.

Классификация по социально-экономическому назначению материальных запасов: запасы продукции производственно-технического назначения; запасы потребительских товаров; государственные резервы как средств производства, так и товаров народного потребления.

Товарные и производственные запасы.

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.

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 способу поставки.

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

Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение товара и услуги

Определение товара в маркетинге. Три уровня товара. Маркетинговый подход к классификации товара.

Роль цены в комплексе маркетинга. Зависимость ценовой политики от типа рынка. Цели и стратегии ценообразования.

Понятие каналов распределения (сбыта) и их функции. Виды каналов: прямые, косвенные; традиционные, вертикальные маркетинговые системы. Критерии выбора производителями товаров каналов распределения.

Инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама, личная продажа, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, PR.

Критерии выбора перевозчиков при организации логистических процессов.

Зависимость критериев выбора перевозчика от вида логистической стратегии.

Уровень тарифов. Уровень качества. Показатели качества транспортного обслуживания.

Методика бально-рейтинговой оценки перевозчиков.

Лизинговые операции их виды и формы

Определение лизинга. Значение использования лизинга в коммерческой деятельности предприятия. Группы объектов лизинговых операций. Виды лизинга: оперативный, финансовый и возвратный.

Формы лизинга: внутренний и международный. Типы международного лизинга: импортный и экспортный.

Типы лизинга: краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный. Достоинства и недостатки.

Методы маркетинговых коммуникаций в оптовых и розничных продажах.

Специфика использования методов маркетинговой коммуникации в продажах производителей товаров, оптовых и розничных посредников.

Роль торгового персонала в коммуникационной деятельности при оптовых и розничных продажах.

Мерчендайзинг предприятий – производителей товаров, оптовой и розничной торговли.

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.

Методы розничных продаж.

Определение метода продаж. Факторы, влияющие на выбор метода продаж: формы продажи (магазинные и внемагазинные), товарный ассортимент магазина, формат торговли.

Традиционный метод продаж (продажа через прилавок). Характеристика метода. Достоинства и недостатки.

Открытая выкладка товаров. Характеристика метода. Достоинства и недостатки.

Продажа товаров по образцам и каталогам. Характеристика метода. Достоинства и недостатки. Характеристика метода. Достоинства и недостатки.

Продажа товаров по предварительным заказам. Характеристика метода. Достоинства и недостатки.

Продажа товаров методом самообслуживания. Характеристика метода. Достоинства и недостатки.

Методы ценообразования на продукцию и услуги предприятия.

Факторы, оказывающие наибольшее влияние на цену.

Основные методы ценообразования: «издержки плюс надбавка», на основе целевой нормы прибыли, на основе воспринимаемой ценности товара, на основе выгодной цены товара, на основе текущего уровня цен, аукционное ценообразование.

Ценообразование, направленное на продвижение товара.

Дифференцированное ценообразование.

Модели (системы) экспедирования перевозок.

Характеристика традиционной модели системы экспедирования. Недостатки данной модели. Функции экспедитора.

Характеристика логистической модели системы экспедирования, ее преимущества. Функции и виды работ экспедиторов, рассматриваемых данной моделью.

Система ограничений для рассматриваемых моделей (исторические, правовые и экономические условия).

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 расположение 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 рациональные маршруты 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.

Личные продажи и управление сбытом

Понятие личной продажи. Достоинства и недостатки личных продаж.

Задачи личных продаж.

Развернутая характеристика отдельных этапов эффективного процесса личной продажи.

Организация розничной торговли 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 заказ; гарантийный сервис. Организация доставки. Организация платежей.

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.

Основные производственные фонды как составляющие материально-технической базы КД.

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.

Особенности внешнеторговых операций.

Понятие внешнеторговых операций. Значение внешнеторговых операций в коммерческой деятельности. Причины проведения внешнеторговых операций. Сложности проведения внешнеторговых операций: валютные режимы, таможенные барьеры, международное законодательство.

Виды внешнеторговых операций. Операции купли-продажи: экспортная сделка (активный экспорт, пассивный экспорт); импортная сделка; реэкспортная сделка; реимпортная сделка. Товарообменных операций: встречные закупки; бартерные сделки; компенсационные соглашения. Лицензионная торговля. Лизинговые операции. Сделки аренды и подряда.

Организация внешнеторговых операций. Выбор форм и методов работы на внешних рынках. Планирование внешнеторговых операций. Подготовка и заключение

внешнеторговых операций. Исполнение контрактных обязательств и контроль за исполнением внешнеторговых операций.

Показатели эффективности логистической деятельности.

Функциональная и экономическая эффективность логистической деятельности. Измерители эффективности логистической деятельности и показатели, раскрывающие их. Измерители эффективности логистической деятельности: качество обслуживания потребителей, издержки логистической деятельности, время логистического обслуживания.

Понятие запасов. Причины создания 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.

Понятие каналов распределения, их виды, структура 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.

Структура канала характеризуется составом посредников, участвующих в распределении продукции. В зависимости от этого применяется интенсивное распределение, распределение на правах исключительности, селективное распределение.

Понятие, виды и формы конъюнктурного анализа. Особенности конъюнктурного 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.

Прогнозирование спроса на продукцию и услуги.

Классификация методов прогнозирования спроса на товары.

Субъективные и объективные методы. Условия их применения, достоинства и недостатки.

Наивные и причинно-следственные (казуальные) методы.

Информационные базы для прогнозирования спроса на товары.

Методы прогнозирования: изучение намерений покупателей, оценка мнений торговых представителей, экспертные оценки, анализ предыдущих продаж, пробный маркетинг.

Прямой и интерактивный маркетинг

Причины возникновения и развития прямого и интерактивного маркетинга.

Преимущества прямого и интерактивного маркетинга для потребителей и маркетологов.

Каналы прямого маркетинга: прямая почтовая рассылка, каталоги, телемаркетинг, телевидение, маркетинг с использованием киосков, Интернет.

Проблемы прямого и интерактивного маркетинга.

Интернет- торговля и продвижение продаж в Интернет.

Система управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами.

Понятие системы управления запасами. Уровни запасов в системе управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами. График системы управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами. Расчет интервала между заказами. Расчет размера заказа. Регулирование уровня запаса.

Система управления запасами с фиксированным размером заказа.

Понятие системы управления запасами. Уровни запасов в системе управления запасами с фиксированным размером заказа. График системы управления запасами с фиксированным размером заказа. Расчет размера заказа. Формула Уилсона. Регулирование уровня запаса.

Содержание концепции физического распределения в коммерческой логистике

Виды распределения в логистике: канальное, коммерческое, физическое.

Понятие и функции распределительной логистики. Соотношение маркетинговых и логистических методов в распределении.

Проектирование логистической распределительной системы.

Методы стимулирования сбыта.

Роль и задачи стимулирования сбыта.

Методы стимулирования потребителей, торговцев, стимулирование деловых партнеров и службы сбыта.

Основные решения в сфере стимулирования сбыта: постановка целей стимулирования сбыта, выбор способа стимулирования потребителей, торговцев, деловых партнеров и торгового персонала, контроль и оценка результатов стимулирования.

Структура и содержание договора купли-продажи.

Составление договора купли-продажи. Вводная часть (преамбула) договора. Существенные и дополнительные существенные условия контракта. Условия, регламентирующие исполнение обязательств. Заключительная часть контракта.

Последовательность размещения отдельных условий (статей) контракта.

Определение каждой статьей соответствующих условия договора.

Сущность и виды логистического сервиса. Оценка уровня обслуживания потребителей.

Сущность обслуживания потребителей. Показатели обслуживания: доступность, функциональность, надежность. Показатель доступности и ее характеристики: вероятность возникновения дефицита, норма насыщения спроса, полнота охвата заказами. Показатели функциональности: скорость, бесперебойность, гибкость, уровень брака. Система оценки результатов обслуживания покупателей: параметры оценки, единицы измерения, оценочная база.

Роль управления заказами при обслуживании клиентов. Процедура управления заказами.

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 издержки, 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.

Сущность и содержание коммерческой деятельности. Объекты, субъекты КД. Функции КД.

Коммерция как вид деятельности, направленный на получение прибыли. Определение торговли. Сравнительная характеристика коммерции и торговли. Виды процессов в сфере товарного обращения: коммерческие и производственные или технологические. Экономический товар как объект коммерции, его характеристика.

Особенности условий коммерции в сфере производства: сложность самого процесса производства, который должен быть наукоёмким и высоко технологичным, наличие высоко квалифицированного персонала, ускоренное моральное старение оборудования, сложность хозяйственных связей по поставкам материальных ресурсов, оборудования, обусловленных производственной кооперацией, потребность в

относительно большом начальном капитале, необходимость наличия развитой производственной инфраструктуры, замедленная оборачиваемость оборотных средств, связанная с производственным циклом, высокая инерционность производства, высокая степень риска.

Субъекты коммерческой деятельности – предприятия, оптово – посреднические организации, банки, страховые компании и т.д.

Функции коммерческой деятельности - распределение, обмен, регулирование.

Характеристика коммерческой деятельности.

Сущность сегментации в маркетинге. Выбор целевого рынка.

Понятие сегмента и сегментирования рынка Значение и критерии сегментирования рынка. Макро- и микросегментация.

Оценка и выбор целевых рынков. Критерии выбора привлекательного сегмента: емкость, перспективы развития спроса, наличие конкурентных преимуществ, доступность и др.

Условия эффективного сегментирования.

Сегментирование рынка как основа дифференцированного маркетинга.

Типы и виды посредников в КД.

Характеристика и значение коммерческих оптово – посреднических независимых структур: дилерских и дистрибьюторских фирм, агентских и брокерских компаний, организаций комиссионной торговли и др.

Функциональные особенности оптово – посреднических фирм определяется по двум основным классификационным группам:

1. От чьего имени работает (действует) посредник?

2. За чей счет посредник ведет свои операции?

Основные типы оптовых посредников: дилер, дистрибьютор, комиссионер, агент, брокер.

Виды оптово – посреднических организаций по функциональной направленности: торгово-коммерческие посредники, оптово – посреднические фирмы товаропроводящей сети.

Толкающая концепция управления потоками в коммерческой логистике

Определение толкающей концепции применительно к организации производства, продвижению продукции, товародвижению в складских системах.

Системы МРП (1,2,3), ДРП, ERP.

Тянущая концепция управления потоками в коммерческой логистике.

Определение тянущей концепции применительно к организации производства, продвижению продукции, товародвижению в складских системах.

Системы « Точно в срок», Канбан, OPT.

Упаковка и маркировка в логистике. Штриховое кодирование.

Понятие упаковки. Виды упаковки: промышленная и потребительская. Функции промышленной упаковки в логистике. Контейнеризация. Требования к проектированию промышленной упаковки.

Значение маркировки в логистике. Виды маркировки, наносимой на промышленную упаковку.

Сущность штрихового кодирования. Основные системы штрих кодирования. Значение штрих кодирования для логистических процессов. RFID метки.

Условия инкотермс и их использование в КД.

Предпосылки создания инкотермс. Обязанности, регулируемые условиями инкотермс: оплата транспортных расходов по поставке товара; предоставление (оплата) транспортного средства для перевозки товара; оформление таможенных документов; осуществление (оплата) погрузки товара на транспортные средства и выгрузку из них; момент перехода риска с продавца на покупателя в случае гибели, повреждения или порчи товара, распределение ответственности.

Правила Инкотермс 2010 и их отличие от Инкотермс 2000.

Применение условий инкотермс в процессе купли-продажи товаров. Значение инкотермс в коммерческой деятельности предприятия.

Формирование систем складирования в логистике.

Понятие системы складирования. Элементы системы складирования: складированная грузовая единица, конструктивные особенности зданий, сооружений, вид складирования, оборудование по обслуживанию склада, перемещение груза, системы комплектации заказа, информационная система,

Алгоритм формирования системы складирования.

Франчайзинг: сущность, виды, особенности договора.

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.

Цели и задачи закупочной логистики.

Сущность закупочной деятельности в коммерческой логистике. Задачи закупочной логистики. Источники удовлетворения потребностей. Типы рынков закупок: непосредственные, опосредованные, рынки заменители, новые рынки.

Процесс закупок. Этапы закупок. Методы определения потребности.

Электронная коммерция: понятие и цели. Виды бизнес-моделей электронной коммерции.

Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов. Определение электронной коммерции. Цель электронной коммерции с точки зрения субъекта рынка.

Концепции электронной коммерции. Информационная поддержка существующего традиционного бизнеса. Организация продаж через Интернет. Создание Интернет-компаний. Рекламная модель.

Преимущества электронной коммерции для производителей и потребителей.

Классификация бизнес-моделей электронной коммерции. Частичная электронная коммерция. Полная электронная коммерция. Горизонтальная модель электронной коммерции. Вертикальная модель электронной коммерции. Модель «бизнес-бизнес» (B2B). Модель «бизнес-потребитель» (B2C). Модель «потребитель-администрация» (C2A). Модель «потребитель-потребитель» (C2C).

Электронный обмен данными в коммерции. Стандарты электронного обмена данными.

Электронный документооборот на коммерческом предприятии. Понятие, цели внедрения, функции. Основные возможности автоматизации документооборота компании.

Понятие электронного обмена данными (Electronic Data Interchange). Основные преимущества EDI для коммерческих предприятий. История разработки и принятия международных стандартов стандарта EDI. UN/EDIFACT - правила ООН Электронного Обмена Данными в Управлении, Торговле и на Транспорте.

Цели внедрения и принципы использования руководства по применению стандартных сообщений UN/EDIFACT EANCOM. Описание алгоритма внедрения стандартов EANCOM на коммерческом предприятии.

Описание ГОСТ 6.20.1-90 (ИСО 9735-88) Электронный обмен данными в управлении, торговле и на транспорте.

Элементная структура логистики: логистические звенья, цепи, каналы, сети, системы.

Основные категорий логистики, характеризующие субъектный состав участников логистических систем и их взаимодействие: логистическое звено, логистическая цепь, логистический канал, логистическая сеть. Различные виды и подходы к определениям данных категорий. Соотношение между понятиями «логистическое звено», «логистическая цепь», «логистический поток» и «логистическая сеть».

Понятие звена логистической системы. Виды звеньев логистической системы: по функциям, по отношению к рассматриваемому объекту, по степени кооперации и интеграции, по уровню унификации технологий, по стадиям логистического цикла.

Логистическая цепь. Элементы логистической цепи. Способы формирования логистической цепи. Определение степени звенности логистической цепи. Виды логистических цепей.

Сущность логистических сетей и их отличия от логистических систем.

Этапы и методы решения задачи выбора поставщиков. Критерии выбора поставщиков.

Процедура выбора поставщика. Методы формальной, полужформальной, неформальной оценки поставщиков. Критерии выбора поставщиков. Ранжирование поставщиков. Определение общего рейтинга поставщика. ABC-XYZ анализ поставщиков.

Характеристика транспортной системы России

Сущность и значение транспорта в экономике страны. Подходы к определению транспорта. Структура транспортной системы: транспорт общего и необщего пользования. Государственное управление транспортным комплексом РФ. Функции и задачи Министерства транспорта, подведомственных служб и агентства. Тенденции развития транспортной системы России.

Сущность грузовых перевозок и их классификация. Показатели качества транспортного обслуживания грузовладельцев.

Количественные показатели распределения грузов: объем перевозки грузов и грузооборот. Структура объема перевозок грузов и грузооборота по видам транспорта общего пользования. Факторы влияющие на роль вида транспорта в экономике. Контейнерные перевозки и основные аспекты их развития. Классификация грузовых перевозок на различных видах транспорта. Показатели качества транспортного обслуживания.

3. Рекомендуемая литература.

Б1.Б.4 Экономическая теория

Основная литература:

1. Вечканов Г., Вечканова Г. Микроэкономика: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2012 г. – 464 с. – Электронное издание. – Гриф УМО. – ISBN 978-5-549-00303-1
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=22625>
2. Г.П.Журавлевой. под общей ред. Экономическая теория. Микроэкономика.-1,2. Метаэкономика. Экономика трансформаций. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012 г. – 920 с. – Электронное издание. – УМО. – ISBN 978-5-394-01290-7 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=28858>
3. И.К. Ларионов, С.Н. Сильвестров. под общей ред. Экономическая теория. Экономические системы: формирование и развитие: Учебник.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 876 с. – Электронное издание. - МО. – ISBN 978-5394-01397-3 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=28868>

Дополнительная литература:

1. А.А. Кочетков. под общей ред. Экономическая теория: Учебник для бакалавров. 5-е изд. перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013 - 696 с. – Электронное издание.- ISBN 978-5-394-01397-3
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=28866>
2. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика: Учебник для вузов, 5-е издание. – СПб.: Питер, 2011 г. – 608 с. – Электронное издание. – ISBN 978-5-459-01019-0.
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=26290>
3. Попов А.И., Артамонов В.С., Иванов С.А., Уткин Н.И. Макроэкономика: Учебник для вузов. – СПб: Питер, 2010 г. – 368 с.- Электронное издание. – ISBN 978-5-49807-328-6 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21702>

Б3.Б.4 Маркетинг

Основная литература:

1. Калужский М. Л. Практический маркетинг: Учебное пособие.- СПб.: Питер, 2012.176с. — Электронное издание. — УМО.
<http://ibooks.ru/product.php?productid=28374>
2. Калюжной Н.Я. , Якобсон А.Я. Маркетинг: общий курс. Учеб. пособие, 5-е издание.- М.: Издательство «Омега-Л», 2010.- 476с. Электронное издание. — Гриф УМО по классич. универс. образованию.
<http://ibooks.ru/product.php?productid=22141>
3. Синяева И.М. Управление маркетингом [Текст]: Учебное пособие /И.М. Синяева. - 2-е изд. перераб. и доп., УМО. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 416с.

Дополнительная литература:

1. Капон Ноэль ., Колчанов Владимир Борисович, Макхалберт Джеймс., Управление маркетингом: Учебник для вузов. - СПб: Питер, 2010
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. — СПб. : Питер, 2010 г. — 480 с. — Электронное издание. — <http://ibooks.ru/product.php?productid=21896>

Б3.Б.1 Экономика организации

Основная литература:

1. Алексеева А.И., Васильев Ю.В., Малеева А.В., Ушвицкий Л.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : Учебное пособие . - , 3-е изд. перераб. и доп., УМО. - М. : КНОРУС,2011. - 712с.
2. Сосненко, Л.С. и др. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Краткий курс [Текст] : Учебное пособие . - 2-е изд. перераб. и доп., УМО. - М. : КНОРУС, 2012. - 252с.
3. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Экономика организации (предприятия): Учебник. — М. : ИТК «Дашков и К°», 2011 г. — 276 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-394-00614-2
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=24670>

Дополнительная литература:

1. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации). — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013 г. — 372 с. — Электронное издание.

- МО. — ISBN 978-5394-01688-2
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=28898>
2. Вахрушина М.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : Учебное пособие / - УМО. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 463с.
 3. Головачев А.С. Экономика предприятия (организации). — Минск: Выш. шк, 2011 г. — 463 с. — Электронное издание. — МО. — ISBN 978-985-06-1971-6 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27648>
 4. Грибов В.Д., Леонов А.В. Экономика предприятия сервиса. Учебное пособие. ГРИФ УМО. 2011. 280 с. (код 297807)
 5. Грязнов А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика. Практический подход. Учебник. ГРИФ МИНОБРНАУКИ. 2011. 704с. (код 297778)
 6. Грязнов А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика. Теория и российская практика. Учебник. ГРИФ МИНОБРНАУКИ. 2011. 624с. (код 286469)
 7. Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В., Марченко Т.И. Экономика предприятия (в сфере товарного обращения). Учебник. ГРИФ МИНОБРНАУКИ. 2012. 304 с. (код 213486)
 8. Мясникова О.В., Преображенский Б.Г. Экономика предприятия. Учебное пособие. ГРИФ УМО. – М.: КНОРУС, 2012.-192с. (код 237504)
 9. Самарина В.П., Черезов Г.В., Карпов Э.А. Экономика организации. Учебное пособие. ГРИФ УМО. 2012. 320с. (код 242009)
 10. Самарина В.П. Экономика организации: задачи и тесты. Учебное пособие. ГРИФ УМО. 2011. 200с. (код 321047)
 11. Сафрончук М.В. Микроэкономика. Учебное пособие. ГРИФ МИНОБРНАУКИ. 2012. 256с. (код 214974)
 12. Тарахуна Ю.В., Земляков Д.Н. Микроэкономика. Учебник. ГРИФ УМО. 2011. 328с. (код 270511)
 13. Фалько С.Г. Экономика предприятия. Учебник . ГРИФ УМО. 2011. 352с. (код 294260)

Б3.Б.6 Коммерческая деятельность

основная литература

Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник, 13-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К°, 2012 г. — 500 с. — Электронное издание. — МО РФ. — ISBN 9785-394-01418-5 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24771>

Дополнительная литература:

1. Кирюхина А. Н. Коммерческая деятельность. — Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности 2011 г.— 132 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-89289-667-2 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=29214>
2. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. — Москва: Дашков и К 2013 г.— 640 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-394-02140-4 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=28922>
3. Минько Э., Завьялов О., Минько А. Оценка эффективности коммерческих проектов: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2014 г.— 368 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-00758-0 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=338599>
4. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммер. и техн. торговли, 6-е изд. — Москва: Дашков и К 2012 г.— 912 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-394-01597-7 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=25028>
5. Рубин Ю. Б. Основы бизнеса. — Москва: МФПУ «Синергия» 2012 г.— 320 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4257-0071-1 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=33489>

Б3.Б.11 Рекламная деятельность

Основная литература:

1. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. — М. : Дашков и К°, 2011 г. — 324 с. — Электронное издание. — УМО вузов РФ. — ISBN 978-5-394-00792-7 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=22351>
2. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. Пособие. — М. : Юнити, 2012 г. — 543 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-238-003627 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27013>

3. Гусаров, Ю.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебник / Ю. В. Гусаров, Л. Ф. Гусарова. - УМО. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 313 с. ; 60x90/16. - (Высшее образование.Бакалавриат). - 500 экз. - ISBN 978-516-005525-1

Дополнительная литература:

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ- О рекламе
2. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520 — 1 —О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров
3. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300 — 1 —О защите прав потребителей
4. Ромат Е В. Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб. : Питер, 2013 г. — 512 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-00114-4 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=334077>

Электронные ресурсы

1. <http://www.sostav.ru/> - портал о маркетинге и рекламе
2. <http://www.advesti.ru> – сайт о рекламе
3. <http://grp.ru/> - сайт о технологии продажи рекламы на ТВ
4. <http://www.akarussia.ru/> - сайт Ассоциии Коммуникативных Агентств России
5. <http://www.rfr.ru/> - сайт Рекламной Федерации Регионов

Б3.Б.9 Логистика

Основная литература:

1. Гаджинский А.М. Логистика. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013 г. — 420 с. — Электронное издание. — МО. — ISBN 978-5-39402059-9. Режим доступа: <http://ibooks.ru/product.php?productid=28658>
2. Палагин Ю. И. Логистика — планирование и управление материальными потоками : Учебное пособие. — СПб. : Политехника, 2012 г. — 286 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-7325-0920- Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=333415>
3. Савенкова Т.И. Логистика: учеб. пособие. 5-е изд. — М. : Издательство «ОмегаЛ», 2010 г. — 255 с. — Электронное издание. — Гриф УМО МО РФ. — ISBN 978-5-37001793-3 Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=22139>

Дополнительная литература:

1. Голубчик, А. М. Транспортно-экспедиторский бизнес: создание, становление, управление / А. М. Голубчик. – Москва: ТрансЛит, 2011. – 317 с.
2. Интегрированные логистические системы доставки ресурсов: (теория, методология, организация) / И. А. Еловой, И. А. Лебедева. – Минск: Право и экономика, 2011. – 460с.
3. Курочкин, Д. В. Логистика: курс лекций / Д. В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.
4. Логистика: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / В. И. Маргунова и др. – Минск: Вышэйшая школа, 2011. – 507 с.
5. Логистика: учебное пособие / Б. А. Аникин и др. – Москва: Проспект, 2011. – 405с.
6. Логистика. Продвинутый курс: для студентов экономических специальностей высших учебных заведений / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. – Москва: Юрайт, 2011. – 734 с.
7. Николайчук, В. Е. Логистический менеджмент: учебник / В. Е. Николайчук. – Москва: Дашков и К°, 2012. – 978 с.

Логистики и управление цепями поставок" / Б. А. Аникин и др. – Москва: Проспект, 2012. – 339 с.

Б3.В.ОД.1 Электронная коммерция

Основная литература

1. Битнер В. И., Михайлова Ц. Ц. Сети нового поколения – NGN. Учебное пособие для вузов. — М. : Горячая линия–Телеком, 2011 г. — 226 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-9912-0149-0
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=333363>
2. Исаев, Г. Н. Информационные системы в экономике: учебник / Г. Н. Исаев. - 4-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2011, - 462 с. - ISBN 978-5-370-01660-8
<http://ibooks.ru/product.php?productid=334307>
3. Таненбаум, Э. Современные операционные системы. Спб.: Питер2010. – 336 с. - ISBN 978-5-459-00757-2 <http://ibooks.ru/product.php?productid=21890>

Дополнительная литература:

Кобелев, О.А. Электронная коммерция: Учеб. пособие для вузов / Под ред. С.В. Пирогова.- 3-е изд., перераб. и доп.-М.: Дашков и К, 2012.-684 с. - ISBN 978-5-394-01738-4 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=112231

Б3.В.ОД.2 Транспортное обеспечение коммерческой деятельности

Основная литература

Балалаев А. С., Леонтьев Р. Г. Транспортно логистическое взаимодействие при мультимодальных перевозках: монография. — М.: ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2012 г. — 268 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-9994-0072-7

<http://ibooks.ru/product.php?productid=27557>

1. Галабурда В. Г., Бубнова Г. В., Иванова Е. А. и др. Транспортный маркетинг: учебник. — М.: ГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011 г. — 452 с. — Электронное издание. — ФАЖТ. — ISBN 978-5-9994-0048-2 <http://ibooks.ru/product.php?productid=27553>
2. Крючкова Н.А., Логинова Е.В. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности: часть 1:учеб пособие. Самара : ООО «Издательство Ас Гард», 2013, с.108

Дополнительная литература:

1. Беляев В.М. Грузовые перевозки. Учебное пособие. – М.: Академия серия: Непрерывное проф. образование страниц, 2011, с.176
2. Борисов А.А., Карачун С.А. Комментарий к ФЗ Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта / А.А. Борисов - М.: Юстицинформ, 2011, с. 112.
3. Елисеев А.А. Воздушные перевозки – М.: Дашков, 2011, с.424
4. Кодекс внутреннего водного транспорта РФ - М.: Сиб.Унив, 2011, с.64.
5. Кодекс торгового мореплавания РФ - М.: Сиб.Унив, 2010, с.127.
6. Петрова А.М. и др. Транспортная логистика: организация перевозки грузов. Учебное пособие для бакалавров. – М.: Форум, 2014, с. 368.
7. Плужников К.И., Чунтомова Ю.А. Транспортное экспедирование, агентирование и брокераж. Издание третье, исправленное и дополненное Москва, 2012, 576с.
8. Устав железнодорожного транспорта РФ. О железнодорожном транспорте РФ – М.: Бюро печати, 2011.с. 96.

Электронные ресурсы

1. Журнал Спецтехника и коммерческий транспорт Режим доступа www.maxm.com/spectechnics
2. Информационный портал о грузоперевозках и логистике «АТИ-Медиа» Режим доступа <http://www.ati.su/Media>
3. Сайт журнала «АЭРОФЛОТ – Российские авиалинии». Режим доступа http://www.aeroflot.ru/cms/flight/magazine_press
4. Сайт журнала «Бюллетень транспортной информации» Режим доступа <http://www.natrans.ru/>
5. Сайт журнала «Железнодорожный транспорт» Режим доступа <http://www.zdt-magazine.ru/>
6. Сайт журнала «ЛогИнфо» Режим доступа <http://loginfo.ru/>
7. Сайт журнала «Логистика» Режим доступа <http://www.logistika-prim.ru>
8. Сайт журнала «Перевозки» Режим доступа <http://www.properevozki.ru/>

Б3.В.ОД.3 Коммерческая деятельность промышленных предприятий

Основная литература

1. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации). — М. : Дашков и К°, 2013 г. — 372 с. — Электронное издание. — МО. — ISBN 978-5-394-01688-2 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=28898>
2. Мухина И.А. Экономика организации (предприятия). — М. : Флинта, 2010 г. — 320 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-9765-0684-8 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=25480>

Дополнительная литература:

1. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп., 2011. - 692 с.
2. Киселева Е.Н., Буданова О.Г. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: Учебное пособие / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова, 2011. - 192 с.

Б3.В.ОД.5 Организация внешнеторговых операций

Основная литература

Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник, 8-е изд. — М. : ИТК «Дашков и К°», 2012 г. — 500 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-39401609-7 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24762>

Дополнительная литература:

1. Абрамова А. В., Алексеева Т. А., Ахтамзян И. А., Бабаджанов А. Я., Байков А. А., Барановский В. Г., Бирюков Е. С., Болгова И. В., Боришполец К. П. и др. Современные международные отношения. — М. : Аспект Пресс, 2012 г. — 688 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-7567-0662-8 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27150>
2. Государственная внешнеэкономическая политика Российской Федерации [Текст] : учебник / Под ред. А. Г. Авшарова. - УМО. - СПб. : Питер, 2012. - 528 с.
3. Прокушев, Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] : Учебник для бакалавров / Е. Ф. Прокушев ; Прокушев Е.Ф. - МО, 8-е изд. перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 527с.
4. ред. М. В. Братерский. Невоенные рычаги внешней политики России: региональные и глобальные механизмы. — Москва: ВШЭ 2012 г.— 282 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-7598-0907-4 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=29664>
5. Федотова, Г. Ю. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности [Текст] : учебник. - УМО. - СПб. : Троицкий мост, 2013. - 408 с.

Б3.В.ОД.6 Исследование рынка в коммерции

Основная литература

Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник, 13-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К°, 2012 г. — 500 с. — Электронное издание. — МО РФ. — ISBN 9785-394-01418-5 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24771>

Дополнительная литература:

1. Яковлева Н.Ф. Социологическое исследование. — Москва: Флинта 2014 г.— 250 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-9765-1899-5 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340887>
2. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: Учебное пособие. — Москва: Флинта 2014 г.— 382 с. — Электронное издание. — ISBN 978-589349-760-1 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=341562>

3. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в коммерции: Учебник, 2-е изд. — М. : ИТК «Дашков и К°», 2011 г. — 548 с. — Электронное издание. — МО РФ. — ISBN 978-5-394-01242-6 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=23430>

Б3.В.ОД.7 Коммерческая логистика

Основная литература

- 1.Афанасенко И.Д. Коммерческая логистика [Текст]:Учебник для бакалавров и специалистов. Стандарт третьего поколения/И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. – СПб.:Питер, 2012. – 352 с.
2. Аникин Б.А. Коммерческая логистика [Текст]: Ученьник/Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. – М.: Проспект, 2013. – 352 с.
- 3.Гаджинский А.М. Логистика. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013 г. — 420 с. — Электронное издание. — МО. — ISBN 978-5-39402059-9. Режим доступа: <http://ibooks.ru/product.php?productid=28658>

Дополнительная литература

1. Голубчик, А. М. Транспортно-экспедиторский бизнес: создание, становление, управление / А. М. Голубчик. – Москва: ТрансЛит, 2011. – 317 с.
2. Интегрированные логистические системы доставки ресурсов: (теория, методология, организация) / И. А. Еловой, И. А. Лебедева. – Минск: Право и экономика, 2011. – 460 с.
3. Курочкин, Д. В. Логистика: курс лекций / Д. В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.
4. Логистика: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / В. И. Маргунова и др. – Минск: Вышэйшая школа, 2011. – 507 с.
5. Логистика: учебное пособие / Б. А. Аникин и др. – Москва: Проспект, 2011. – 405с. Логистика.
6. Продвинутый курс: для студентов экономических специальностей высших учебных заведений / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. – Москва: Юрайт, 2011. – 734 с.
7. Логистика складирования: учебник: по специальности 080506 “Логистика и управление цепями поставок” / В. В. Дыбская. – Москва: Инфра-М, 2012. – 557с.

8. Николайчук, В. Е. Логистический менеджмент: учебник / В. Е. Николайчук. – Москва: Дашков и К°, 2012. – 978 с.
9. Общий курс транспортной логистики: учебное пособие по дисциплине специализации специальности “Менеджмент организации” / Л. С. Фёдоров, В. А. Персианов, И. Б. Мухаметдинов. – Москва: КноРус, 2011. – 309 с.
10. Основы логистики и управление цепями поставок” / Б. А. Аникин и др. – Москва: Проспект, 2012. – 339 с.
11. Основы логистики: учебное пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечая. – Москва: КноРус, 2010. – 575 с.
12. Палагин Ю. И. Логистика — планирование и управление материальными потоками : Учебное пособие. — СПб. : Политехника, 2012 г. — 286 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-7325-0920- Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=333415>
13. Розина Т.М. Распределительная логистика. — Минск: Выш. шк, 2012 г. — 319 с. — Электронное издание. — МО. — ISBN 978-985-06-2094-1 Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=333415>
14. Транспортная логистика: учебно-методическое пособие для вузов / Р. Б. Ивуть, Т. Р. Кисель. – Минск: БНТУ, 2012. – 377 с.

Электронные ресурсы

1. Сайт Информационный портал по логистике, транспорту и таможне . Режим доступа <http://www.logistic.ru/>
2. Сайт Лобанов логист.ру Режим доступа <http://www.lobanov-logist.ru/>
3. Сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа www.gks.ru
4. Сайт Инфраньюс. Режим доступа <http://infranews.ru/>

БЗ.В.ДВ.7 Биржевое дело

Основная литература

1. Деловые игры в коммерческой деятельности. Темы: Аукцион, Биржа: Практикум/ З.М. Пономарева – 3-е изд. – М. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013- 184с. <http://ibooks.ru/product.php?productid=338439>

2. Биржевое дело: учебник для бакалавров / под ред. Л. А. Чалдаевой. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 372 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс. ISBN 978-5-9916-3034-4 УМО
3. Трейдинг, основанный на интуиции. Как зарабатывать на бирже, используя весь потенциал мозга Фейс К. СПб.: Питер, 2011, 240 с.
<http://ibooks.ru/product.php?productid=21992>

Дополнительная литература

1. Биржа: пер. с нем. Винер Ф.А. М. : Волтерс Клувер, 2011, 545 с.
2. Фондовые биржи: вводный курс Ключников И.К. М. : Финансы и статистика, 2013, 200 с.
3. Компьютерный анализ фьючерсных рынков Чарльз ЛеБо, Дэвид В. Лукас Альпина Паблишер, 2011, 304с.
4. Японские свечи. Метод анализа акций и фьючерсов, проверенный временем Грегори Л. Моррис Альпина Паблишер, 2012, 321с.
5. Форварды, фьючерсы, опционы, экзотические и погодные производные А. И. Буренин НТО Серия: Школа срочного рынка, 2011, 466с.
6. Быки, медведи и миллионеры. Хроники биржевых сражений Роберт Коппел SmartBook, 2011, 264с.

Электронные ресурсы

1. Сайт журнала «Еженедельник Форекс трейдера» <http://www.fxmag.ru>
2. Сайт инвестиционной компании «Финам» <http://www.finam.ru/>
3. Сайт компании «Алпари», аналитика <http://www.alpari.ru/ru/analytics>
4. Сайт Московской биржи <http://moex.com/>
5. Форум трейдеров Российской Федерации <http://форум-трейдеров.рф/>

4. Процедура проведения государственного экзамена

В соответствии с расписанием государственных аттестационных испытаний перед государственным экзаменом проводится предэкзаменационная консультация.

Процедура проведения государственного экзамена организуется в соответствии с п. 2 Регламента работы экзаменационной комиссии в ФГБОУ ВО «СГЭУ», утв. Приказом и.о. ректора № 205-ОВ от 06 апреля 2016г.:

Итоговый государственный экзамен проводится в специально подготовленной аудитории по расписанию, утвержденному первым проректором по учебной и воспитательной работе.

Ответственность за соблюдением процедуры проведения экзамена возлагается на председателя государственной экзаменационной комиссии (далее – ГЭК).

Экзамен проводится по билетам, утвержденным заведующим выпускающей кафедрой.

Перед началом экзамена секретарь ГЭК в присутствии членов ГЭК передает билеты председателю ГЭК.

Вопросы билета, выбранного обучающимся, фиксируются в протоколе заседания экзаменационной ведомости.

Обучающемуся, выбравшему экзаменационный билет, предоставляется программа государственного экзамена. Если экзамен проводится письменно, обучающимся предоставляются чистые листы со штампом института, датой и подписью заведующего выпускающей кафедрой.

При проведении ГЭК обучающемуся запрещается пользоваться средствами связи, техническими средствами, справочной или иной литературой.

Проведение экзамена в устной форме включает в себя подготовку аттестуемого обучающегося к ответу и его выступление перед экзаменационной комиссией. На подготовку обучающегося к ответу отводится не более 1 часа. При подготовке ответа обучающийся вправе делать записи.

При проведении экзамена в устной форме обучающийся отвечает по вопросам билета перед членами ГЭК. После завершения ответа члены ГЭК вправе задавать обучающемуся вопросы.

При проведении экзамена в письменной форме обучающийся, на выданных перед началом экзамена листах, письменно отвечает на вопросы билета и /или решает задачи, содержащиеся в билете. Общая продолжительность письменного экзамена – 4 академических часа.

Решение ГЭК принимается после завершения заслушивания ответов всех аттестуемых обучающихся группы или проверки всех сданных работ.

Результаты сдачи экзамена объявляются в день проведения экзамена после оформления протоколов заседаний ГЭК (при проведении экзамена в письменной форме).

6. Фонд оценочных средств

Выпускник должен обладать следующими общекультурными (ОК), общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Общекультурные компетенции:

способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3);

владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9).

Общепрофессиональные компетенции:

способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4);

готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5).

Профессиональные компетенции:

способность 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-1);

способность 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-2);

готовность 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-3);

способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5);

способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);

способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9);

способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-10);

способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11);

способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12);

готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13);

способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14);

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

Государственный экзамен позволяет оценить уровень сформированности общекультурных компетенций (ОК-9, ОК-3)

Пороговый уровень	Повышенный уровень
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса) применения иностранного языка; - базовые нормы употребления лексики и фонетики иностранного языка; - грамматику и орфографию русского языка. 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры; - основные способы работы над языковым и речевым материалом; - функциональные разновидности русского языка.
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи на иностранном языке - читать и грамотно писать; - анализировать информацию. 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - детально понимать общественнополитические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера на иностранном языке - оформлять Curriculum Vitae/Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций и т.д.) на иностранном языке; - грамотно использовать языковые средства в разных сферах общения; - редактировать тексты профессионального назначения.
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и управления; - стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культур различных стран. 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном деловом общении на иностранном языке; - стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров; - формулами речевого этикета; - методами постановки цели и способами ее достижения.

Государственный экзамен позволяет оценить уровень сформированности общепрофессиональных компетенций (ОПК-4, ОПК-5)

Пороговый уровень	Повышенный уровень
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конъюнктуру рынка; 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции изменения конъюнктуры

<ul style="list-style-type: none"> – основные показатели современного состояния потребительского рынка; – базовые процедуры сегментирования рынка; - основные источники получения первичной и вторичной информации в исследованиях конъюнктуры рынка; – основные принципы и нормы проектирования торговых предприятий; – базовые понятия информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности; – перечень нормативной документации, регламентирующей правила транспортирования, приемки, складирования, хранения, реализации товаров и предоставления сервисных услуг; – основные понятия, содержащиеся в нормативных документах, определяющих качество, маркировку, упаковку, транспортирование и хранение товаров; – базовые правила маркировки товаров; требования к ней; – основные понятия экономики хозяйственной деятельности организации (предприятия); – принципы и правила маркетинговой деятельности – перечень документов для целей сертификации товаров и услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> рынка, факторы и их степень влияния на нее; – показатели современного состояния потребительского рынка; – процедуры сегментирования рынка; приемы оценки объема рынка; методы прогнозирования элементов рынка; – специфику системы измерений в исследованиях конъюнктуры рынка, совокупность источников получения первичной и вторичной информации; – особенности норм проектирования торговых предприятий в условиях рыночного спроса, стадии проектирования; – специфику информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности; – основное содержание нормативной документации, регламентирующей правила транспортирования, приемки, складирования, хранения, реализации товаров и предоставления сервисных услуг; – содержание и особенности применения нормативных документов, определяющие качество, маркировку, упаковку, транспортирование и хранение товаров; – структуру, назначение и правила маркировки товаров; требования к ней; – экономику хозяйственной деятельности организации (предприятия), его структуру, экономические и финансовые показатели работы; – информационно-методическое обеспечение маркетинговой деятельности.
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать коммерческую деятельность по основным показателям; - создавать информационную базу для организации коммерческой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли; - анализировать товарный ассортимент предприятия по базовым показателям; - работать с нормативными документами актами; - рассчитывать технико-экономические показатели использования торговой площади магазина; - рассчитывать основные технико-экономические показатели работы склада; - осуществлять сбор экономической информации; - анализировать базовые результаты маркетинговой деятельности; - выбирать оптимальные средства распространения рекламы; 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор и обработку социально-экономической информации для оценки и прогноза коммерческой и иной деятельности предприятия; - анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида деятельности предприятия; - создавать информационную базу для организации коммерческой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли, отражающую специфику деятельности предприятия по различным критериям; - анализировать нормативные документы; - осуществлять оценку и экспертизу качества товаров; - оформлять документы для целей сертификации товаров и услуг; - рассчитывать технико-экономические показатели эффективности использования торговой площади магазина; - рассчитывать эффективность работы склада на основе технико-экономических показателей; - осуществлять сбор и обработку экономической

	<p>информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять пути оптимизации товарной и ценовой политики - анализировать результаты маркетинговой деятельности и определять ее эффективность; - выявлять недостатки системы логистического управления предприятием; - оценивать эффективность рекламной деятельности.
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методикой проведения расчетов работы торгового предприятия; - понятиями по использованию методов продвижения товаров; - основными понятиями рекламного менеджмента; - основой повышения эффективности торгово-технологических показателей процесса товародвижения. 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками обоснования и выбора управленческих решений в условиях неопределенности спроса; - технологией принятия решений по использованию методов продвижения товаров; - приемами рациональной организации коммерческих процессов при решении конкретных задач; - навыками рекламного менеджмента; - механизмом повышения эффективности торгово-технологического процесса на всех его стадиях, интенсификации отдельных торгово-технологических звеньев и операций и всей совокупности процесса товародвижения; - методами сбора маркетинговой информации.

Государственный экзамен позволяет оценить уровень сформированности профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15)

Пороговый уровень	Повышенный уровень
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные стадии процесса бизнес-планирования; - факторы, влияющие на качество услуги и качество обслуживания; - основные формы контроля качества услуг; - показатели расчета конкурентоспособности предприятия; - инструменты маркетинга; - принципы управления персоналом организации; - показатели результативности коммерческой деятельности предприятия; - место и роль логистики в современной экономике; - инструментарий проведения исследований рынка в коммерческой деятельности - основные принципы и функции мерчандайзинга; - процесс товародвижения, и факторы влияющие на технологию товародвижения; - роль складов в процессе товарного обращения; 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы бизнес-планов и стадии бизнес-планирования; - структуру определения цен на услуги, - способы оценки качества услуги и качества обслуживания потребителей; факторы, влияющие на качество услуги и качество обслуживания; формы контроля качества услуг в зависимости от специфики деятельности предприятия; - особенности и методы проведения маркетинговых исследований; - особенности инструментов комплекса маркетинга; - методы управление персоналом; - методы оценки результативности коммерческой деятельности предприятия; - методы оптимизации движения и использования материальных и информационных потоков на предприятии - методы и инструментарий проведения исследований рынка в коммерческой деятельности

<ul style="list-style-type: none"> –виды и классификацию тары; –основные виды транспорта участвующие в коммерческих грузоперевозках; –классификацию магазинов и их основные функции; –дополнительные услуги при продаже товаров; –принципы формирования товарного ассортимента; –основные принципы деловой коммуникации; – процесс закупки товаров; –виды товарных запасов, пути их формирования, учет т контроль; –формы и методы продажи товаров; –торговые коммерческие структуры, их виды и функции; –организационную структуры предприятия и порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями; – свойства и показатели ассортимента; –потребительские свойства отдельных групп товаров; –идентификацию и фальсификацию товаров: виды, признаки и методы. 	<ul style="list-style-type: none"> -методы оценки эффективности мерчандайзинга; - процесс управления товародвижением; - организацию складских операций, управление складскими технологическими процессами; - научную организацию труда на предприятиях⁴ - эффективность применения транспорта общего пользования; -современные направления развития розничной торговой сети - управление товарными запасами, ассортиментом, товарными и покупательскими потоками; - способы оптимизации технологии формирования товарного ассортимента; - тактики ведения коммерческих деловых переговоров; - методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки; - методы планирования, оптимизации и управления товарными запасами; - определение и прогнозирование объема продажи товаров; -особенности моделирования коммерческих процессов; - виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности; - ассортиментную политику; - методы контроля качества товаров в процессе хранения, транспортировки и реализации.
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> –характеризовать маркетинговую и сбытовую деятельность организации; –характеризовать ассортимент товаров; - проводить исследования рынка услуг, - оценивать издержки предприятия; -выбирать стратегию в конфликтной ситуации; - характеризовать инвестиционную политику предприятия; - проводить односложные маркетинговые исследования, - контролировать выполнение плана маркетинга - применять логистические принципы управления потоковыми процессами на предприятии осуществлять выкладку товаров, рекламу на месте продаж -вести деловые переговоры; -определять качественное состояние различных видов тары; - проводить приемку товаров по количеству и качеству; -оценивать уровень качества и конкурентоспособности отдельных видов товаров; -организовывать процессы купли-продажи и обмена товаров; -определять потребительские свойства 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования рынка услуг, определять стратегию обновления ассортимента товаров и услуг; - планировать издержки предприятия и финансовые результаты его деятельности; - определять стратегию деятельности предприятия; - разрабатывать разделы бизнес-плана; - обеспечивать конкурентоспособность организации, контролировать разработку программ внедрения корпоративной политики; - разрабатывать инвестиционную политику; - организовывать и проводить маркетинговые исследования, - разрабатывать планы маркетинга и контролировать их выполнение - применять логистические методы управления потоковыми процессами на предприятии - осуществлять планировку торгового зала, выкладку товаров, рекламу на месте продаж - формировать рациональную схему товародвижения; - определять экономическую эффективность капитальных вложений;

<p>продовольственных и непродовольственных товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять претензии на некачественные товары и ответы на претензии; - обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения реализации потребительских товаров; - организовать складское хранение и реализацию товаров. 	<ul style="list-style-type: none"> - управлять товарными запасами; - применять методы стимулирования продаж; - моделировать и проектировать коммерческую деятельность; - управлять процессами купли-продажи товаров; - прогнозировать потребности в отдельных видах товаров;
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовыми методами формирования товарного ассортимента; - представлениями о методах маркетинговых исследований; - основными технологиями продаж; - способностью участвовать в доработке методов, средств и технологий в коммерческой области профессиональной деятельности; - навыками практической деятельности в области логистики; - навыками по основам проектирования и организации деятельности предприятий; - основными методами и приемами оценки качества и безопасности товаров; - правилами проведения идентификации и методами обнаружения фальсификации товаров; - методикой расчета основных показателей работы транспорта. 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами формирования товарного ассортимента в условиях неопределенности; - методами проведения маркетинговых исследований; - современными технологиями продаж; - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в коммерческой деятельности; - методами оценки резервов экономии от оптимизации движения и использования материального и других потоков на предприятии - навыками по проектированию, организации и рационализации деятельности предприятий, - приемами рациональной организации коммерческих процессов при решении конкретных задач - навыками по организации торгового пространства; - методами определения социально-экономической эффективности современных форм коммерческой деятельности; - методами планирования перевозок грузов;

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ ПРИ СДАЧЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Критерии оценки	"Отлично"	"Хорошо"	"Удовлетворительно"	"Неудовлетворительно"
1. Понимание вопроса, соответствие содержания ответа поставленным проблемам	Понимание вопроса, соответствие содержания поставленной проблеме	В целом понимание вопроса и соответствие содержания поставленной проблеме	Большой частью понимание вопроса и соответствие содержания поставленной проблеме	Частичное понимание вопроса и соответствие содержания поставленной проблеме
2. Полнота ответа, композиционная стройность ответа (или логичность изложения материала)	Материал излагается логично, последовательно и не требует дополнительных пояснений	В целом материал излагается логично, последовательно, требует незначительных дополнительных пояснений	Допускается нарушение в последовательности изложения, требуются значительные дополнительные пояснения	Материал излагается нелогично, требуется большой объем дополнительных пояснений
3. Использование необходимых профессиональных терминов и понятий при ответе	Свободное владение профессиональными терминами и понятиями	Владение профессиональными терминами и понятиями в достаточном объеме	В целом владение профессиональными терминами и понятиями	Частичное владение профессиональными терминами и понятиями
4. Использование основной и дополнительной литературы при подготовке ответа, точность в передаче материала	Использование информации из основных и дополнительных источников литературы	Использование информации из основной и большей части дополнительной литературы	Использование информации в большей части из основной литературы	Использование информации только из основной литературы
5. Аргументированность суждения, убедительность проводимых примеров из профессиональной деятельности,	Суждения аргументированны, выводы обоснованны, множество проводимых примеров из	В целом суждения аргументированны, выводы обоснованны, приведено достаточно примеров	Большой частью суждения, выводы обоснованны, примеры из профессиональной деятельности	Суждения недостаточно аргументированны, выводы не обоснованны, невозможность приведения примеров из

обоснованность выводов (при ответе на дополнительные вопросы)	профессиональной деятельности	из профессиональной деятельности	присутствуют	профессиональной деятельности
--	----------------------------------	-------------------------------------	--------------	----------------------------------

Выпускная квалификационная работа

1. Порядок согласования и утверждения тем выпускной квалификационной работы.

Выбор темы осуществляется студентом с учетом тематики выпускных квалификационных работ, утвержденных кафедрой, соответствующих научных интересов, практических знаний и опыта, актуальности темы в теоретическом и практическом плане. Тема выпускной квалификационной работы должна отражать ключевые направления подготовки бакалавров профиля «Коммерции» в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом.

При выборе темы исследования студент может использовать следующие приемы:

- анализ и систематизация материалов научной литературы, периодических изданий, практических исследований;
- консультации с преподавателями, специалистами-практиками, позволяющие выявить наиболее актуальные проблемы коммерческой деятельности на предприятиях сферы торговли.

Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Темы составлены таким образом, чтобы в процессе их выполнения студент показал уровень своих знаний по профилирующим предметам, мог провести теоретическое и практическое исследование по теме с использованием статистических, математических, графических и описательных методов.

Выбранная тема по заявлению студента утверждается заведующим кафедрой и вносится в приказ ректора университета.

Примерный перечень тем ВКР

1. Организация и пути совершенствования деятельности предприятий торговли.
2. Основные направления повышения эффективности использования основных фондов предприятий торговли.
3. Эффективность инвестиций в развитие материально-технической базы

предприятий торговли.

4. Оптимизация состава подъемно-транспортного и складского оборудования предприятий торговли.

5. Методы нормирования товарных запасов предприятий торговли.

6. Управление товарными запасами предприятий торговли.

7. Эффективность использования оборотных средств предприятий торговли.

8. Планирование потребности в оборотных средствах предприятий торговли.

9. Организация и планирование закупок продукции предприятий торговли.

10. Использование элементов маркетинга в коммерческой деятельности предприятий торговли.

11. Порядок внутрифирменного планирования в оптово-посреднических организациях.

12. Выбор форм поставок материальных ресурсов предприятий торговли.

13. Организация и планирование поставок продукции потребителям предприятий торговли.

14. Методы определения спроса потребителей на материальные ресурсы предприятий торговли.

15. Основные направления повышения качества обслуживания потребителей предприятий торговли.

16. Влияние деятельности оптово-посреднических организаций на экономические показатели обслуживаемых предприятий торговли.

17. Использование рекламы в коммерческой деятельности предприятий торговли.

18. Организация производственных услуг в оптово-посреднических фирмах.

19. Организация централизованной доставки продукции.

20. Эффективность дополнительных услуг, оказываемых оптово-посредническими организациями.

21. Товарная политика оптово-посреднических организаций.

22. Анализ и планирование объема оптовой реализации продукции.

23. Основные мероприятия по увеличению объема оптовой продукции.

24. Обоснованные структуры оптовой реализации продукции.

25. Методы планирования издержек обращения предприятий торговли.

26. Оптимизация резервов снижения издержек обращения оптово-

посреднических организаций.

27. Определение резервов снижения издержек обращения оптово-посреднических организаций.

28. Организация труда работников ОПФ.

29. Анализ и планирование использования трудовых ресурсов в организациях.

30. Пути повышения производительности труда в организациях.

31. Стимулирование работников оптово-посреднических организаций.

32. Обоснование размера наценок, взимаемых организацией.

33. Ценообразование на рынке логистических услуг.

34. Анализ и планирование валовых доходов.

35. Анализ и планирование прибыли в оптово-посреднических организациях.

36. Порядок распределения прибыли в организациях.

37. Пути повышения рентабельности деятельности организаций.

38. Стратегическое планирование деятельности организаций.

39. Разработка основных документов, регламентирующих деятельность организации.

40. Исследование деятельности посреднических структур регионального оптового рынка.

41. Анализ оптово-посреднической деятельности по обеспечению продукцией производственно-технического назначения.

42. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.

43. Формирование ассортимента и товарных запасов предприятий оптовой торговли.

44. Промышленные выставки как элемент товарного рынка.

45. Управление коммерческими связями по поставкам продукции производственно-технического назначения.

46. Организация операций физического распределения.

47. Роль товарных бирж в оптовой торговле.

48. Изучение спроса на рынке продукции производственно-технического назначения.

49. Лицензионная торговля как основная форма торговли технологиями.

50. Роль банковских услуг в процессе товародвижения.

51. Организация оптовой торговли отдельными видами товаров.

52. Лизинговые операции как одна из форм коммерческой деятельности.

- 53.Ценообразование в коммерческой деятельности.
- 54.Роль биржевого механизма в формировании регионального товарного рынка.
- 55.Роль ярмарок и аукционов в организации коммерческо-посреднической деятельности.
- 56.Организация продаж товаров на основе франчайзинг.
- 57.Реализация товаров и услуг на оптовом рынке.
- 58.Складское хозяйство в сфере услуг оптового рынка.
- 59.Услуги как фактор повышения конкурентоспособности предприятий торговли.

2. Требования к ВКР

2.1 Объем ВКР составляет от 60 до 66 стр.

2.2 Структура ВКР.

В целом структура выпускной квалификационной работы должна включать:

- 1.Титульный лист;
- 2.Задание по подготовке выпускной квалификационной работы;
- 3.Оглавление;
4. Основная часть:
 - введение;
 - теоретическая часть;
 - аналитическая часть;
 - практическая часть;
 - заключение;
5. Список литературы;
6. Приложения.

Структура работы должна быть сбалансирована: при общем объеме работы 60-66 стр., введение должно составлять 3-4 стр., заключение 5-6 стр., каждая глава 15-20 стр.

Необходимо отметить, что в работе не должно быть явного теоретического или практического уклона. Работа должна гармонично отражать все аспекты изучения проблемы: теоретический, аналитический и практический.

Содержание работы должно непосредственно отражать направления подготовки бакалавра.

Введение. Во введении обосновывается выбор темы исследования, определяется степень ее теоретической разработанности, актуальность, практическая значимость. Определяются цели и задачи выпускной квалификационной работы, предмет и объект исследования, дается краткий обзор материала, использованного при написании работы.

Первая глава. Поскольку глубокое знание и понимание теоретических проблем позволяет правильно оценить действующую практику, в первой главе работы рассматриваются теоретический аспект проблемы, ее особенности в современных условиях хозяйствования, исторический аспект, дискуссионные вопросы. При написании главы недостаточно ограничиться только описанием точек зрения разных авторов. Задача заключается в том, чтобы на основе их изучения сформулировать авторскую позицию по исследуемой проблеме. Поскольку выпускная квалификационная работа - это самостоятельное исследование, компиляция не допускается. При использовании принципиальных положений, цитат, цифрового материала необходимо делать ссылки на источник информации.

Вторая глава. Аналитическая часть в обязательном порядке включает характеристику исследуемого предприятия, особенности коммерческой деятельности, сервисных, логистических и других процессов, анализ потребителей и методов работы с ними, особенности технологии коммерческой деятельности, технических средств и оборудования, помещений, квалификации персонала и других вопросов, определенных основной образовательной программой подготовки бакалавра направления 38.03.06 Торговое дело.

Третья глава. Практическая часть должна содержать обоснованные предложения по совершенствованию торгово-технологической или организационно-управленческой деятельности предприятия. Автором должны быть представлены несколько альтернативных вариантов решения проблем, выявленных в процессе анализа деятельности предприятия. На основе методики технико-экономического обоснования необходимо выбрать наиболее эффективное решение.

Заключение. В заключении подводятся итоги проведенного исследования: проанализированные проблемы формулируются и кратко обосновываются выводы и предложения автора по всей бакалаврской работе.

Список литературы. Вся использованная литература приводится в определенном порядке.

Приложения. В приложениях к выпускной квалификационной (бакалаврской) работе представляются все использованные в ходе разработки бакалаврской работы подлинные документы исследуемого предприятия, а также разработанные студентом в ходе написания работы аналитические и сравнительные таблицы, аналитические и прогнозные балансы и др.

Введение и заключение должны давать полное представление о поставленных проблемах, результатах исследования и авторских рекомендациях. Поскольку введение и заключение наиболее сложны для написания, работу над ними рекомендуется проводить после подготовки всех глав выпускной квалификационной работы. Данная рекомендация обусловлена тем, что автор овладел всем исследуемым материалом, сформулировал собственную позицию по исследуемым вопросам, пришел к определенным выводам и в состоянии подвести итоги работы.

Окончательный вариант работы проверяется в системе «Антиплагиат». Срок прохождения проверки выпускной квалификационной работы согласно «Положение о порядке проведения проверки работ на наличие заимствований» должен осуществляться не позднее, чем за 14 дней до установленной кафедрой срока сдачи работы.

2.3 Требования к оформлению.

1. Работа должна быть выполнена печатным способом на одной стороне стандартного листа белой бумаги одного сорта формата А4 через полтора интервала и размером 14 пунктов. Автоматическое выравнивание текста по ширине, автоматический перенос. Работа должна иметь твердый переплет.

Набор производить в редакторе WORD 7, 97,98, и т.д.

2. Параметры страницы:

левое поле - 3 см.

правое поле - 1 см.

верхнее поле –2 см.

нижнее поле - 2 см.

Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен пяти знакам (1,25см).

3. Шрифт: основного текста Times New Roman - 14 (чёрный); таблиц (черный), диаграмм (рисунков – черный) . Шрифт таблиц -12, интервал 1,0.
4. Текст должен быть распечатан четко, насыщенность краски (порошка) на уровне машинописной ленты средней жирности.
5. Все страницы работы, включая приложения, нумеруются по порядку без пропусков и повторений. Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация не ставится. Порядковый номер страницы печатают на середине верхнего поля страницы.
6. Последовательность брошюровки:
Титульный лист (без нумерации)
Задание (без нумерации)
Оглавление (без нумерации).
Введение (нумерация, страница должна иметь номер 4)
Каждую главу выпускной квалификационной работы начинают с новой страницы.
Глава 1.
 1.1.
 1.2.
Заключение (Выводы и предложения)
Список литературы
Приложения (каждое приложение нумеруется).
10. Отзыв научного руководителя с его подписью, вкладывается
11. Рецензия руководителя с предприятия (фирмы), с подписью и печатью, вкладывается
12. Задание заполняется в двух экземплярах (один – переплетается).
13. Сдача выпускной квалификационной работы на кафедру в законченном (оформленном) виде за 10 - дней до защиты.

Весь текст работы разбивается на главы и параграфы, имеющие наименование и порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами. Первая цифра параграфа обозначает номер главы, вторая – номер параграфа. В работе с новой страницы начинается только каждая следующая глава, внутри главы между параграфами пропуски не допускаются, т. е. когда заканчивается изложение параграфа, то далее

идет наименование следующего параграфа и его текст. Заголовки глав и параграфов располагают посередине страницы без точки на конце. Переносить слова в заголовке не допускается. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу тремя интервалами.

Оглавление включает наименование всех глав, параграфов с указанием номеров страниц, с которых начинается материал глав и параграфов. Названия глав и параграфов в работе должны полностью соответствовать их наименованию в оглавлении работы.

Оформление заголовков. Наименование структурных элементов квалификационной работы «ОГЛАВЛЕНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ », «ПРИЛОЖЕНИЯ», наименование глав следует печатать прописными буквами. Заголовок параграфа записывают строчными буквами (кроме первой прописной).

Оформление формул. Пристального внимания при оформлении работы требуют формулы. Все формулы печатаются разборчиво соответствующим шрифтом. Мелкий шрифт, близкое расположение знаков друг к другу и небрежность недопустимы. После формулы помещается перечень всех принятых в формуле символов с расшифровкой значения и указанием их единиц измерения. Перечень располагают колонкой, символ отделяют от его расшифровки знаком «тире».

Все формулы в работе нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках.

В дальнейшем в работе при использовании делают ссылку в тексте на номер формулы в круглых скобках, например: «в формуле (1)...».

Расстояние от формулы до текста должно быть не менее одной свободной строки.

Значения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, должны быть приведены непосредственно под формулой. Первая строка должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него. Значение каждого символа дают с новой строки в той последовательности, в какой они приведены в формуле.

Пример - Прибыль на реализуемые услуги рассчитывается по формуле

$$П = В - С, \quad (1)$$

где В - планируемая выручка от реализации услуг в действующих ценах;

С – полная себестоимость реализуемых услуг в предстоящем периоде.

Ссылки на источники. Цитаты, статистические данные, используемые законодательные и нормативные материалы должны быть отмечены ссылкой. Ссылки на использованные источники делают в тексте работы, при этом указывают номер источника, согласно его номеру в списке литературы, и номер страницы, например: [20, с. 55]. Данная ссылка означает, что этот материал взят со страницы 55 источника номер 20. Ссылка приводят в строку с текстом работы.

Оформление иллюстративного материала. Графики, диаграммы, рисунки, схемы и другие иллюстративные материалы размещают под текстом работы, в котором впервые дана ссылка на них или на следующей странице, а также можно помещать их в конце работы отдельными приложениями. Они называются рисунками, соответственно обозначаются словом «Рисунок 1» и нумеруются по порядку арабскими цифрами сквозной нумерации или в пределах главы арабскими цифрами. В последнем случае номер иллюстрации будет состоять из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

Иллюстративные материалы выполняются в едином черном цвете, не допускается оформление разными цветами. Если иллюстрация занимает не всю страницу, то после нее должен располагаться текст работы, не допускается оставление чистого листа. Ссылки на иллюстрации дают по типу: «... в соответствии с рисунком 3».

Иллюстрации должны иметь наименование и пояснительные данные. Слово «Рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом: Рисунок 1- Организационная структура предприятия.

Оформление таблиц. Цифровой материал оформляется в виде таблицы, которая располагается в работе непосредственно после текста, где она упоминается, либо на следующей странице. *Таблицы, расположенные более чем на двух листах, помещаются в Приложении.*

Графу «№ п/п» в таблицу не включают. При необходимости нумерации показателей порядковые номера указывают в боковине таблицы перед их наименованием.

Каждая таблица должна иметь тематическое название и номер. Номер таблицы проставляется в верхней правой части, при этом знак № не ставится, название таблицы помещается над таблицей. Таблицы нумеруются арабскими цифрами, сквозной

нумерацией. Точка после номера таблицы не ставится. Допускается нумеровать таблицы в пределах главы. В подобном случае, номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. Заголовок следует помещать над таблицей посередине, он должен быть кратким и полностью отражать содержание таблицы. Заголовки граф таблицы начинают с прописных букв, а подзаголовки со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком.

Пример:

Таблица 2 – Динамика издержек обращения предприятия

Наименование показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.

Наименование показателей в таблице должно быть полным, не допускаются сокращения, обозначения показателей в виде символов. Если цифровые данные в графах таблицы выражены в различных единицах измерения, то их указывают в заголовке каждой графы. Если все параметры, размещенные в таблице, выражены в одних и тех же единицах измерения (например, в тыс. руб. или %), то сокращенное обозначение единицы измерения помещают над таблицей.

После таблицы продолжают излагать текст квалификационной работы, не оставляя пропусков. Не допускается разделять таблицу таким образом, чтобы на одном листе располагалось ее название и наименование граф, а сами показатели и цифры переносились на другую страницу.

В тексте работы обязательно делаются ссылки на таблицы. Ссылка может быть оформлена, двумя способами.

Пример 1. Как показывают данные таблицы 2.15, товарооборот предприятия...

Пример 2. Уровень издержек обращения предприятия (табл. 2.12) возрос на 0,85 %.

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой. При делении таблицы на части допускается ее головку или боковок заменять соответственно номером граф и строк. Слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием номера таблицы.

Пример:

Основные показатели деятельности предприятия, необходимые для анализа состояния компании, эффективности ее финансово-хозяйственных результатов, и их динамика представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Динамика основных показателей хозяйственной деятельности ООО «Луч» за 2014 - 2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение по годам (+, -)			Темп роста, %		
				2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2016 г. от 2014 г.	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2016 г. от 2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Товарооборот, млн. руб.	30670	43500	63700	12830	20200	33030	141,8	146,4	207,7
Валовой доход, млн. руб.	16800	25600	39800	8800	14200	23000	152,4	155,5	236,9

Продолжение таблицы 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Издержки обращения, млн. руб.	10075	15460	23400	5385	7940,0	13325	153,4	151,4	232,3
Уровень издержек, %	32,8	35,5	36,7	2,7	1,2	3,9	-	-	-
Прибыль от реализации, млн. руб.	6725	10140	16400	3415	6260	9675	150,8	161,7	243,9

После изложения текста работы пишется **заключение**, которое располагают с новой страницы. В конце заключения студент ставит свою подпись и дату окончания выполнения работы.

Оформление библиографического списка. Библиографический список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1 и ГОСТ 7.80. В список включаются основные использованные законодательные, нормативные документы, относящиеся к теме работы, а также статистические сборники, труды отечественных и зарубежных исследователей по теме квалификационной работы, статьи, тезисы докладов и т.д.

Все литературные источники располагаются в следующем порядке:

Федеральные законы. (Обратнохронологический порядок);

Указы Президента РФ. (-«-);

Постановления Правительства РФ (-«-);

Законы Самарской области;

Постановления Законодательного собрания Самарской области. (-«-);

Постановления администрации г. Самары (-«-);

Приказы министерств и ведомств. (-«-);

Положения, инструкции министерств и ведомств. (-«-);

Инструктивные письма министерств и ведомств. (-«-);

Статистические ежегодники. (Хронологический порядок);

ГОСТы, прецеденты. (В порядке номеров);

Книги, статьи из периодических изданий – по алфавиту;

Электронные ресурсы.

Примеры библиографических записей документов в списке литературы:

Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2012.-39с.

Кригер, И Бумага терпит / И. Кригер //Новая газета. – 2014. -1июля.

Управление бизнесом: сборник статей. – Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2013. – 243с.

Насырова, Г. А. Модели государственного регулирования страховой деятельности [Электронный ресурс] / Г.А. Насырова // Вестник Финансовой академии. – 2003. - №4. – Режим доступа: [http://vestnik.fa.ru/4\(28\)2009/4.html](http://vestnik.fa.ru/4(28)2009/4.html).

Библиографический список печатается с абзацным отступом 1-2,5.

Приложения располагаются в конце работы сразу после библиографического списка в порядке появления ссылок на них в тексте.

В качестве приложения могут быть представлены: таблицы, формулы, рисунки и другой иллюстративный материал. Приложения имеют общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц. Их оформляют как продолжение работы на последующих листах или выпускают в виде самостоятельного документа (прил.3).

Каждое приложение работы должно начинаться с нового листа и иметь заголовок, который записывается симметрично тексту прописными буквами. В правом верхнем углу листа печатается слово «Приложение» и ставится его номер по порядку. Если приложение состоит из нескольких страниц, то на каждой странице вверху в правой части пишется «Продолжение приложения».

При наличии в работе приложений на них в обязательном порядке должны быть ссылки по тексту. Ссылки на приложения в тексте оформляются следующим

образом: «...текст Приложения 1» или «Как видно по данным (Прил. 1)...».

Приложения (первичные документы, регистры, разработочные таблицы) должны быть заполнены. Схемы и рисунки могут содержаться в тексте, если они органично дополняют текст, информативны по содержанию и наглядны по форме, в иных случаях они выносятся в приложения или подшиваются в отдельную папку (титульный лист приведен в прил. 3). Перегружать текст расчетными данными и объемными таблицами не рекомендуется.

3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР.

Руководство подготовкой выпускной квалификационной работы осуществляется научным руководителем, назначенным кафедрой, на которой выполняется работа, и консультант из числа сотрудников предприятия, на котором проходит преддипломную практику выпускник.

В обязанности научного руководителя входит:

- составление задания студенту при подготовке работы по установленной форме;
- оказание необходимой помощи при составлении студентом плана выпускной квалификационной работы, при подборе литературы и фактического материала в ходе преддипломной практики;
- консультирование студента по вопросам выпускной квалификационной работы;
- контроль за выполнением графика написания выпускной квалификационной работы и качеством подготовки отдельных глав;
- написание отзыва на выполненную выпускную квалификационную работу.

Контроль за работой студента дополняется контролем со стороны кафедры. На заседаниях кафедры регулярно заслушиваются сообщения о ходе подготовки выпускных квалификационных работ. В случае неявки студентов на консультации, отклонений от ранее утвержденного графика написания отдельных частей работы студент может быть приглашен на заседание кафедры в целях принятия мер по устранению причин отставания в подготовке выпускной квалификационной работы.

4. Порядок рецензирования (для обучающихся по программам магистратуры, специалитета)

ВКР по программам магистратуры и специалитета подлежат рецензированию.

Для проведения рецензирования, ВКР направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не работающих в университете и являющихся специалистами в соответствующей области профессиональной деятельности. Рецензент проводит анализ ВКР и представляет в университет письменную рецензию на указанную работу.

Если ВКР имеет междисциплинарный характер, она направляется не менее чем двум рецензентам.

5. Допуск к защите ВКР

5.1 Проверка ВКР на объем заимствования

Тексты ВКР проверяются на объем заимствования в соответствии с «Положением о порядке проведения проверки курсовых, выпускных квалификационных работ, дипломных работ, магистерских, кандидатских и докторских диссертационных работ на наличие заимствований в ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», утвержденным ректором СГЭУ (приказ №357-ОВ от 27 августа 2015г.).

5.2 Минимальное нормативное значение оригинального текста ВКР – 65 %.

5.3 Сроки и порядок предоставления работы на кафедру

После завершения подготовки студентом ВКР руководитель ВКР дает письменный отзыв. Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

ВКР, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в ГЭК не позднее чем за 2 календарных дня до защиты ВКР.

6. Защита ВКР

Защита ВКР проводится в соответствии с п. 3 Регламента работы экзаменационной комиссии в ФГБОУ ВО «СГЭУ», утв. приказом и.о. ректора № 205-ОВ от 06 апреля 2016г.:

Защита выпускной квалификационной работы проводится в сроки, установленные календарным графиком по соответствующей специальности (направлению).

На заседании ГЭК вправе присутствовать руководитель, рецензенты ВКР, другие обучающиеся, преподаватели, представители администрации университета.

Перед началом защиты секретарь ГЭК дает краткую информацию по личному делу обучающегося.

Защита ВКР начинается с доклада обучающегося по теме ВКР. На доклад по ВКР специалиста отводится до 10-12 минут, магистерской диссертации 12-15 минут, ВКР бакалавра 8-10 минут.

Во вступительной части доклада обучающийся формулирует цель, поставленные задачи ВКР, обосновывает актуальность избранной темы, кратко освещает состояние разработанности темы (20% отведенного времени).

В основной части доклада рассматриваются подходы к решению поставленной задачи, подход, избранный автором, представляется решение поставленных задач, обосновывается правильность принимаемого решения (70% отведенного времени).

Структура доклада может конкретизироваться и изменяться в зависимости от особенностей и содержания работы, полученных результатов и представленных демонстрационных материалов.

Обучающийся вправе в процессе доклада использовать заранее подготовленный наглядный графический материал (чертежи, таблицы, схемы) иллюстрирующий основные положения работы. Обучающийся вправе представить при защите ВКР электронную презентацию.

После завершения доклада члены ГЭК задают обучающемуся вопросы. При ответах на вопросы обучающийся имеет право пользоваться своей работой.

После ответа обучающегося на вопросы слово предоставляется руководителю. В случае отсутствия последнего на заседании ГЭК его отзыв зачитывает секретарь ГЭК. В конце своего выступления руководитель даёт свою оценку работы обучающегося в процессе подготовки ВКР.

После выступления руководителя слово предоставляется рецензенту (если работа подлежала рецензированию). В случае отсутствия последнего на заседании ГЭК его отзыв зачитывает секретарь ГЭК. В конце своего выступления рецензент даёт свою оценку работе.

После выступления рецензента, обучающемуся может быть предоставлено заключительное слово. В своем заключительном слове обучающийся отвечает на замечания рецензента, соглашаясь с ним или давая обоснованные возражения.

Члены ГЭК принимают решение об оценке ВКР.

Результаты защиты ВКР объявляются в день защиты ВКР после оформления протоколов заседания ГЭК.

7. Фонд оценочных средств

В результате подготовки и защиты выпускной квалификационной работы обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурные компетенции:

способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3);

владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9).

Общепрофессиональные компетенции:

способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4);

готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5).

Профессиональные компетенции:

способность 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-1);

способность 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-2);

готовность 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-3);

способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5);

способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);

способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9);

способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-10);

способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11);

способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12);

готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13);

способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14);

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

Перечень компетенций по подготовке и защите ВКР, совпадает с перечнем по государственному экзамену, поэтому рекомендуется руководствоваться шкалой оценки уровня сформированности компетенций при сдаче итогового государственного экзамена.

Критерии оценки при защите выпускной квалификационной работы

Критерии оценки	"Отлично"	"Хорошо"	"Удовлетворительно"	"Неудовлетворительно"
Актуальность и обоснование выбора темы	Выбор темы обоснован, тема актуальна и может быть внедрена на предприятии или предприятиях рассматриваемой сферы	Работа выполнена в соответствии с целевой установкой, тема актуальна и после незначительной доработки может быть внедрена на предприятии рассматриваемой сферы	Тема актуальна, работа выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям, допускаются не точности при раскрытии причин выбора и актуальности темы	Тема не актуальна, работа выполнена с нарушением целевой установки
Степень завершенности работы	Работа завершена полностью	Работа завершена, но есть замечания	Работа завершена, но есть серьезные ошибки	Работа не завершена
Объем и глубина знаний по теме	Раскрыты цель, задачи ВКР, выводы логичны	Раскрыты цель, задачи ВКР, допущена погрешность в логике выведения одно из значимых выводов	Допущена грубая погрешность в логике выведения одно из значимых выводов	Минимальный объем знаний по теме, отсутствует глубина изучения проблемы
Наличие материала, подготовленного к практическому использованию	В ВКР присутствует материал для практического использования	В ВКР присутствует материал для практического использования, но после незначительной доработки	Недостаточно отражены вопросы дальнейшего применения и использования результатов работы в практическую деятельность предприятия	Не отражены вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов работы в практическую деятельность предприятия
Применение	Применены и	Применены	Применены	Нет применения

инновационных методов и технологий	обоснованы с научной точки зрения инновации	инновационные методы и технологии	технологии и методы, которые потеряли свою актуальность	технологий и методов
Качество доклада (композиция, полнота представления материала)	Доклад логически выстроен, убедителен, работа представлена полностью	Доклад структурирован, но автор не убедителен, работа представлена полностью	Работа представлена полностью, доклад структурирован, длительность выступления превышает регламент	Работа представлена не полностью, доклад не структурирован, актуальность темы раскрывается не достаточно полно.
Использование междисциплинарных связей	Использованы междисциплинарные связи и эрудиция	Применена попытка использовать междисциплинарные связи	Применена попытка использовать междисциплинарные связи, но они не верны	Не использованы междисциплинарные связи
Качество оформления ВКР и презентации	Оформление соответствует требованиям	Оформление соответствует требованиям с незначительными замечаниями	Оформление не в полной мере соответствует требованиям	Минимальное соответствие требованиям
Педагогическая ориентация: культура речи, умение использовать презентационный материал, способность заинтересовать аудиторию	Обладает высокой культурой речи, умением использовать презентационный материал, способностью заинтересовать аудиторию	Обладает высокой культурой речи, умением использовать презентационный материал, отсутствует способность заинтересовать аудиторию	Обладает низкой культурой речи, умением использовать презентационный материал, отсутствует способность заинтересовать аудиторию	Отсутствует умение использовать презентационный материал, отсутствует способность заинтересовать аудиторию
Ответы на вопросы: полнота, аргументированность, убежденность, умение использовать ответы на вопросы для более полного раскрытия содержания проведенной работы	Ответы полные, аргументированные. Присутствует умение при ответе на вопрос более детально раскрыть содержание проведенной работы	Ответы полные, аргументированные. Отсутствует умение при ответе на вопрос более детально раскрыть содержание проведенной работы	Ответы не раскрывают до конца сущность вопроса, слабо подкрепляются положениями нормативно-правовой базы, выводами и расчетами из ВКР	Ответы не раскрывают сущность вопроса, не подкреплены положениями нормативно-правовой базы, выводами и расчетами из ВКР
Деловые и волевые качества студента: ответственное отношение к работе, нацеленность на высокие результаты,	Ответственное отношение к работе, стремление к достижению высоких результатов, готовность к дискуссии	Ответственное отношение к работе, готовность к дискуссии	Проявил ответственное отношение к работе, отсутствует стремление на достижение высоких результатов, не	Безответственно отнесся к работе, не умеет контактировать с аудиторией

готовность дискуссии	к		готов дискуссии, идет на контакт	к но	
-------------------------	---	--	--	---------	--

Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний

Процедура апелляции устанавливается в соответствии с п. 3 Регламента работы апелляционной комиссии ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», утв. приказом и.о. ректора № 225-ОВ от 25 апреля 2016г.:

3.1. Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов аттестационного испытания.

3.2. Для рассмотрения апелляции секретарь экзаменационной комиссии направляет в апелляционную комиссию протокол заседания экзаменационной комиссии, заключение председателя экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении аттестационного испытания, а также письменные ответы обучающегося (при их наличии) (для рассмотрения апелляции по проведению итогового экзамена) либо выпускную квалификационную работу, отзыв и рецензию (рецензии) (для рассмотрения апелляции по проведению защиты выпускной квалификационной работы).

3.3. Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель экзаменационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

3.4. При рассмотрении апелляции о нарушении процедуры проведения аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения аттестационного испытания обучающегося не подтвердились и

(или) не повлияли на результат аттестационного испытания;

об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения аттестационного испытания обучающегося подтвердились и повлияли на результат аттестационного испытания.

В случае, указанном в абзаце третьем настоящего пункта, результат проведения аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Обучающемуся предоставляется возможность пройти аттестационное испытание в сроки, установленные СГЭУ.

3.5. При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами итогового экзамена апелляционная комиссия выносит одно из следующих решений:

об отклонении апелляции и сохранении результата экзамена;

об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата экзамена.

Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в экзаменационную комиссию. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленного результата итогового экзамена и выставления нового.

3.6. Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

3.7. Повторное проведение аттестационного испытания обучающегося, подавшего апелляцию, осуществляется в присутствии одного из членов апелляционной комиссии не позднее даты завершения обучения в организации в соответствии со стандартом.

3.8. Апелляция на повторное проведение аттестационного испытания не принимается.