



ПРИЛОЖЕНИЕ 12.20

к Правилам приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет» на 2021-2022 учебный год (с учетом Особенности приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре на 2021/22 учебный год, утвержденных Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 01.04.2021 г. № 226)

**Программа вступительных испытаний,
проводимых университетом самостоятельно,
по дисциплине «Экономика и организация коммерческой деятельности»
для поступающих на обучение по программам магистратуры
в ФГАОУ ВО «СГЭУ» на 2021/2022 учебный год**

Самара 2020

Содержание

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

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

1. Содержание программы

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

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

Тема 2. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Обоснование необходимости государственного регулирования экономики.

Методы и направления государственного регулирования. Принципы государственного регулирования.

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

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

Тема 3. ДОХОДЫ И РАСХОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

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

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

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

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

Определение оптимального размера заказа. Формула Уилсона.

Тема 5. ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ

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

Тема 6. КОНТРОЛИНГ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

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

Тема 7. МЕТОДЫ РАСЧЕТА ПОТРЕБНОСТИ В МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСАХ

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

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

Определение потребности на ремонтно-эксплуатационные нужды.

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

Тема 8. НОРМАТИВНАЯ БАЗА ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Значение и методы регулирования коммерческой деятельности.

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

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

Тема 9. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВАХ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

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

Тема 10. ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ КАК СО- СТАВЛЯЮЩАЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕ- СКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

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

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

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

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

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

Тема 11. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ФОРМЫ КОНЬЮКТУРНОГО АНАЛИЗА. ОСОБЕННОСТИ КОНЬЮКТУРНОГО АНАЛИЗА

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

Объекты конъюнктурного анализа: конъюнктура товарного рынка; общехозяйственная конъюнктура

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

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

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

Тема 12. ПРИБЫЛЬ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОРЯДОК ЕЕ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ

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

Тема 13. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

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

рентабельность собственного и инвестированного капитала. Анализ рентабельности.

Тема 14. СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ

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

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

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

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

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

Тема 16. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯ, ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

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

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

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

Тема 17. ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Экономическая связь уровня цен и доходов торгового предприятия.

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

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

Тема 18. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

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

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

Тема 19. ВИДЫ ОПТОВО - ПОСРЕДНИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

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

Тема 20. ВИДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

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

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

Тема 21. ЗНАЧЕНИЕ И ВИДЫ РЕКЛАМЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

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

Требования, предъявляемые к рекламе на современном этапе.

Тема 22. КОММЕРЧЕСКИЕ РИСКИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

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

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

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

Тема 23. КОММЕРЧЕСКИЕ СВЯЗИ, ИХ ВИДЫ И СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ

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

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

Тема 24. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ И ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

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

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

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

Тема 25. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

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

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

Подготовительные мероприятия оптового предприятия при осуществлении завоза товаров:

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

Тема 26. ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОГОВЛИ В ИНТЕРНЕТЕ

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

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

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

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

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

Тема 27. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЗАКУПОК И ПРОЦЕДУРА ИХ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ

Основные виды закупок и процедура их осуществления

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

Тема 28. ПОНЯТИЕ ЗАПАСОВ. ФУНКЦИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ

Экономическая сущность и значение материальных запасов в коммерческой деятельности предприятия.

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

Тема 29. ПОНЯТИЕ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, ИХ ВИДЫ И ФУНКЦИИ

Канал сбыта - путь движения товара от производителя к потребителю.

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

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

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

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

Тема 30. ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК СУБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Понятие и организационно-правовые формы промышленных предприятий.

Характер взаимодействия промышленного предприятия с внешней средой.

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

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

Тема 31. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СБЫТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

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

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

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

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

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

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

Тема 32. ФРАНЧАЙЗИНГ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ

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

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

2. Структура и содержание экзаменационной работы.

Критерии оценивания работы.

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

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

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

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

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

Максимальный балл за всю экзаменационную работу – 100 баллов.

Время выполнения работы – 3 часа (180 минут).

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

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

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

4. Список рекомендуемой литературы

Основная литература

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

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

Дополнительная литература

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

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

И.о.зав. кафедрой коммерции
сервиса и туризма



Горгодзе Т.Е.