

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОГРАММА

**вступительного испытания при приёме на обучение по программам
магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело»**

Грозный, 2018

Программа вступительного испытания при приеме на обучение по программам магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» / сост. А. Ч. Коков - Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», 2018

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», (степень – магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 г. № 323, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и маркетинга (протокол № 1 от 24 сентября 2018 г.).

© А.Ч. Коков, 2018

©ФГБОУ Чеченский государственный университет, 2018

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Вступительные испытания по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (очная, очно-заочная форма обучения) проводятся для лиц, желающих освоить программу специализированной подготовки магистранта по данному направлению подготовки.

Зачисление в магистратуру осуществляется по конкурсу на основе вступительных испытаний.

Вступительные испытания проводятся в соответствии с Правилами приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чеченский государственный университет» в 2017 году, утвержденных 1 октября 2016

Цель вступительных испытаний заключается в определении уровня общей личностной культуры, профессиональной компетентности и готовности к освоению программы специализированной подготовки магистранта в области фундаментальных экономических дисциплин, поступающих в магистратуру.

Данная цель реализуется путем решения следующих задач:

- определение уровня общей личностной культуры (общекультурные компетенции);
- выявление наличия профессиональных компетенций;
- выяснения степени мотивационной готовности поступающего к обучению в магистратуре, предполагающей расширенное поле научно-исследовательской и педагогической деятельности в сфере специального экономического образования.

Для успешного освоения ОПОП ВО подготовки магистра по программе магистратуры «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело», абитуриент должен обладать уровнем знаний в области экономики, в объеме государственных образовательных стандартов высшего образования и иметь документ государственного образца о высшем образовании.

Абитуриент по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ОПОП магистратуры и видами профессиональной деятельности;

- торгово-технологическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Критерии оценки знаний, поступающих в магистратуру.....	5
2. Содержание программы.....	7
3. Список рекомендуемой литературы.....	20

1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ

Исходя из квалификационных характеристик, отраженных в образовательных программах бакалавров, в общепрофессиональной деятельности поступающий в магистратуру должен:

- продемонстрировать понимание классических и современных экономических теорий;
- ориентироваться в ассортиментных и количественных характеристиках товаров и услуг;
- знать основные признаки и характеристики хозяйствующих субъектов;
- ориентироваться в организационно-правовых формах торговых и коммерческих предприятий;
- знать основные виды и особенности договоров в профессиональной деятельности;
- продемонстрировать умение выявлять проблемы субъектов торговой деятельности и предлагать способы их решения;
- свободно ориентироваться и со знанием дела использовать нормативную, учебную, научную, справочную литературу;
- продемонстрировать знание основных принципов и методов информационного обеспечения торговой и коммерческой деятельности (проведение маркетинговых исследований, в том числе осуществление сбора, обработки и анализа необходимой информации);
- умение работать с текстами действующих федеральных законов, нормативных и технических документов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

В частности, поступающий должен

знать:

- основные понятия и категории торгового дела;
- сущность и механизм управления торговым предприятием;
- основные ресурсы и финансы торгового предприятия;
- общесистемные особенности организации торговых процессов розничной и оптовой торговой сети;
- организацию и роль товарных складов в торговой деятельности;
- финансы и планирование торговых предприятий;
- основные методы распространения товаров.

уметь:

- проводить учет товаров и материальных ценностей;
- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение;
- использовать нормативные документы, регламентирующие деятельность торговых предприятий;
- планировать деятельность торгового предприятия;
- организовывать систему товароснабжения;

- рассчитывать товарные запасы торгового предприятия;
- проводить оценку финансового состояния торгового предприятия;
- организовывать торговые процессы оптовой и розничной торговой сети;
- формировать товарный ассортимент и обеспечивать его устойчивость;
- разрабатывать планировку товарных складов и их технологическое оснащение.
- применять экономические термины, законы и теории, определять
- экономические показатели деятельности предприятий;
- исследовать товарные рынки и формировать оптимальный торговый ассортимент.

владеть:

- механизм управления торговых предприятий на основе корпоративных стратегий маркетинга;
- современными методами планирования и управления хозяйственной деятельности оптовой и розничной торговой сети;
- принципами управления торговым маркетингом и корпоративными стратегиями маркетинга;
- методиками определения финансового состояния и эффективности торговой деятельности предприятия и расчета экономических показателей.
- опытом работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;
- искусством общения;
- навыками логико-методического анализа научного исследования и его результатов;
- методики системного анализа предметной области и проектирование профессионально-ориентированных информационных систем;
- методами проведения научно-исследовательских работ.

Знания абитуриентов при сдаче вступительных испытаний оцениваются по следующим критериям:

- вступительное испытание по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (квалификация: магистр) проводится в устной форме по вопросам программы вступительных испытаний. В экзаменационный билет входит три теоретических вопроса, каждый из которых относится к одной из указанных ниже дисциплин;
- кроме ответа на теоретические вопросы предполагается обсуждение предполагаемой темы исследования, уточнение области научных интересов, обсуждение выпускной квалификационной работы (бакалаврской или дипломной) и т.п.;
- вступительные испытания оцениваются по балльной системе. Минимальный балл по экзаменационному билету – 30 баллов.

Суммарное количество баллов вступительного испытания состоит из суммы баллов трех вопросов:

- первый вопрос – 0-34 баллов
- второй вопрос – 0-33 баллов
- третий вопрос – 0-33 баллов

Максимальная оценка вступительного испытания составляет 100 баллов, набравшие менее 30 баллов, выбывают из конкурса.

Оценка ответа осуществляется по следующим критериям:

- точность и полнота использования понятийно-терминологического аппарата;

- сформированность теоретических знаний и специальных умений в области экономических знаний;
- умение решать профессиональные задачи в предметных областях;
- системность и осознанность усвоенных знаний и умений;
- логика изложения и последовательность конструирования ответа;
- аргументированность ответов;
- сформированность мотивации абитуриентов к педагогической и научно-исследовательской деятельности в области налогообложения.

Для выяснения глубины знаний абитуриентов предполагаются дополнительные (уточняющие) вопросы.

При оценке счет потерянных баллов ведется следующим образом:

- полностью отсутствует ответ - снимаются все баллы по данному вопросу;
- за неполный ответ баллы снимаются пропорционально объему изложенного материала;
- за фрагментарность ответа, отсутствие содержательных связей между отдельными его частями, отсутствие логики в изложении - до 50% баллов;
- за неполное или неправильное определение понятий, категорий, признаков, оснований классификации, ошибки в названиях, неправильное определение субъектов отношений, их правового статуса - до 30% баллов;
- за недочеты (неполная характеристика структурного элемента вопроса при изложении существенного материала, нарушение последовательности изложения и др.) - до 20% баллов.

По окончании устного ответа баллы, начисленные за каждое задание, суммируются.

Зачисление в магистратуру производится по результатам конкурсного отбора по максимальному количеству баллов.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства. Классификация субъектов предпринимательской деятельности. Признаки предпринимательской деятельности. Принципы предпринимательской деятельности. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя. Бизнес и предпринимательство.

2. Деловая среда предпринимательства. Управление организационной системой. Анализ деловой среды. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.

3. Предпринимательская идея и ее выбор. Методы оценки новых идей. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя. Моделирование отличий товара, лежащего в основе деловой идеи.

4. Принятие предпринимательского решения. Типы предпринимательских решений. Экономические методы принятия предпринимательских решений.

РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГ

1. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя.

2. Маркетинговые исследования. Сегментация. Выборы целевого рынка. Стратегии маркетинга. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

3. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Оценка и контроль маркетинга. Организация маркетинговых служб. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

РАЗДЕЛ 3. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Коммерческая деятельность. Понятие. Предмет и метод. Объекты и субъекты. Сферы применения. История развития в России и за рубежом. Роль в подготовке дипломированного специалиста коммерции.

2. Методологические основы: цели и задачи, структура и содержание: факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности, методы исследования, организации и моделирования.

3. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных рынков, выбор товаров и формирование ассортимента, определение объемов закупок и продаж товаров, проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи; коммерческие взаиморасчеты. закупка и ставка товаров: формирование и планирование товарных запасов.

4. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Основы предпринимательской деятельности. Сущность и основание черты предпринимательской деятельности. Виды и технология предпринимательской деятельности. Предпринимательский риск

2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Хозяйственные товарищества. Хозяйственные общества. Акционерные общества. Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Объединение предпринимательских организаций. Индивидуальное предпринимательство

3. Создание собственного дела. Общие вопросы создания собственного дела. Некоторые формы создания собственного дела. Государственная регистрация организации. Лицензирование деятельности организации

4. Прекращение деятельности организации. Формы реорганизации организации. Ликвидация юридического лица. Несостоятельность (банкротство) организаций.

РАЗДЕЛ 5. ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости. Основополагающие товароведные характеристики как- важные критерии конкурентоспособности товаров. Методы товароведения.

2. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.

3. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения. Безопасность и экологичность.

4. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение, управление качеством.

5. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.

6. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы. Организация и порядок проведения, документальное оформление.

7. Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.

РАЗДЕЛ 6. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Сущность коммуникации. Особенности сложных систем применительно к маркетинговым коммуникациям. Виды коммуникационных моделей. Структура основных элементов коммуникационной модели. Виды коммуникаций. Коммуникационные системы. Функции коммуникаций.

2. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Рынок маркетинговых коммуникаций. Этапы развития маркетинговых коммуникаций. Понятие и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Цели, принципы ИМК. Причины создания ИМК.

3. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта. Преимущества и недостатки стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Типы стимулирования сбыта. Стратегии стимулирования сбыта. Формы стимулирования сбыта в торговле. Финансовые льготы и льготы в натуральном выражении.

РАЗДЕЛ 7. ТОРГОВОЕ ДЕЛО

1. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
2. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах. Стимулирование сбыта.
3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур.
4. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи (сбыта товаров), сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. Коммерческие инновации.
5. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.
6. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу- хау» и др.)

РАЗДЕЛ 8. «КОММЕРЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА»

1. Концепция, метод и функции логистики. Прогнозирование требований к логистике. Стратегия и планирование в коммерческой логистике. Логистика закупок, логистика оптовых продаж. Система хранения и складской обработки.
2. Сервис в коммерческой логистике. Управление запасами, транспортные услуги. Информационное обеспечение логистики. Посредничество в логистике. Контроль и управление в коммерческой логистике.
3. Особенности логистики в отраслевых сферах

ВОПРОСЫ НА ВСТУПИТЕЛЬНЫЙ ЭКЗАМЕН

1. Значение и место торговли в современной экономике.
2. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства.
3. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя.
4. Бизнес и предпринимательство.
5. Деловая среда предпринимательства
6. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.
7. Предпринимательская идея и ее выбор.
8. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя.
9. Принятие предпринимательского решения.
10. Экономические методы принятия предпринимательских решений.
11. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга.
12. Маркетинговая среда и ее структура.
13. Маркетинговые исследования.
14. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.
15. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

16. Коммерческая деятельность. Понятие. Объекты и субъекты.
17. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности, методы исследования
18. Хозяйственные связи и их роль в осуществлении коммерческой деятельности.
19. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных рынков, выбор товаров.
20. Составляющие коммерческой деятельности: формирование ассортимента, определение объемов закупок и продаж товаров.
21. Составляющие коммерческой деятельности: проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи
22. Составляющие коммерческой деятельности: коммерческие взаиморасчеты, формирование и планирование товарных запасов.
23. Государственное регулирование коммерческой деятельности предприятий
24. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности.
25. Результаты коммерческой деятельности
26. Предпринимательский риск
27. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
28. Создание собственного дела. Общие вопросы создания собственного дела.
29. Прекращение деятельности организации.
30. Товароведение: основные понятия, цели и задачи.
31. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения.
32. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления.
33. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.
34. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения.
35. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, хранение.
36. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.
37. Экспертиза: понятие, цели и задачи.
38. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы.
39. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Виды коммуникаций.
40. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
41. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта.
42. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
43. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности.
44. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий.
45. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи, сервисного обслуживания в предприятиях
46. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.
47. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг и др.)
48. Концепция, метод и функции логистики. Логистика закупок, логистика оптовых продаж.
49. Система хранения и складской обработки.
50. Сервис в коммерческой логистике. Особенности логистики в отраслевых сферах

3. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

3.1 Список основной литературы:

1. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: Учебник / Д.И. Валигурский.- 5-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.-520с.
2. Кузьмина Е.Е. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие для бакалавров / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина.- М.: Издательство Юрайт.- 2013.- 475с.
3. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.В. Буклей [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 294 с.
4. Николаев Ю.Н. Экономика предприятия (фирмы). Базовые условия и экономические основы деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Николаев Ю.Н.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2011.— 166 с.
5. Макализ Дермот Экономика бизнеса. Конкуренция, макростабильность и глобализация [Электронный ресурс]/ Макализ Дермот— Электрон. текстовые данные.— М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012.— 708 с.
6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 14-е изд.- СПб.: Питер, 2014.-800с.: ил.- (Серия «Классический зарубежный учебник»).
7. Синяева И.М. Маркетинг: теория и практика: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова-2-е изд., перераб. и доп.- М.: Издательство Юрайт, 2013.-665с. - Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
8. Маркетинг: учебник для бакалавров / под ред. Н.М. Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп.- М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2012.-542с.- Серия: Бакалавр. Базовый курс.
9. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг: учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2011.-493 с.
10. Киселева Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Киселева Е.Н., Буданова О.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Вузовский учебник, 2010.Половцева Ф.П.
11. Егорова Е.Н. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова Е.Н., Логинова Е.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: 2012.— 159 с
12. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 500 с
13. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебник/ Райкова Е.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 412 с.
14. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Петрище Ф.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 508 с.
15. Страхова С.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: тесты/ Страхова С.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 164 с.

3.2 Список дополнительной литературы:

1. Иванов Г.Г. Экономика торговли: учебное пособие для нач. проф. образования / Г.Г. Иванов. - 2- изд., стер. - М.: Издательский центр « Академия», 2007144с.
2. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: Учебник / Под ред. Л.А.

Брагина.- М.: ИНФРА-М, 2006.-314с.

3. Розничная торговля продовольственными товарами. Товароведение и технология: учебник для нач. проф. образования / Т.С. Голубкина, Н.С. Никифорова, А.М. Новикова, С.А. Прокофьева.- М.: Издательский центр «Академия», 2007.-496с.

4. Половцев Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2006.-248с.

5. Котлер, Филип, Армстронг. Основы маркетинга: Пер. с англ.-2-е Европ. изд.- М.; СПб.: Издательский дом «Вильянс», 2007.-944с.

6. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. - 4е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2007.- 96с.

7. Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2007.-383с.- (Учебники для программы МВА).

8. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2006-219с.

9. Минько Э.В., Минько А.Э. Основы коммерции: Учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.-512 с.

3.3 Интернет-ресурсы:

1. Электронная информационно-справочная система Консультант Плюс.

2. www.gks.ru Госкомстат РФ.

3. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн (Обеспечивает доступ к учебной и научной литературе ведущих издательств).

4. [http: // www. gov. ru](http://www.gov.ru) - официальный сайт федеральных органов исполнительной власти РФ.

5. [http: // www. economy. gov. ru](http://www.economy.gov.ru) - официальный сайт Министерства экономического развития и торговли РФ.

6. [http: // www. minfin. ru](http://www.minfin.ru) - официальный сайт Министерства финансов РФ.

7. [http: // www. nalog. ru](http://www.nalog.ru) - официальный сайт Министерства по налогам и сборам РФ.

8. [http: // www. cbr. ru](http://www.cbr.ru) - официальный сайт Центрального Банка РФ.

9. [http: // www. expert. ru](http://www.expert.ru) - официальный сайт издательского дома Эксперт.

10. www.marketing.spb.ru - Энциклопедия маркетинга

11. www.ime-link.ru «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»

12. www.logistic.ru

РАЗРАБОТАНО:

Заведующий

И.о. зав. кафедрой коммерции и маркетинга

_____ И.Д. Бекмурзаев

«___» _____ 20__г.