Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.06.2026 12:34:14
Уникальный программный ключ:
2e8339f3d5e6c35f0f53184592d1bb5d1821f0ab

	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»

ПРОГРАММА

вступительных испытаний, проводимых университетом по дополнительному вступительному испытанию профессиональной направленности для поступающих на обучение по направлению 38.04.06 Торговое дело

г. Грозный

РАЗДЕЛ 1. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

1. Понятие интернет-маркетинга. Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования
2. Поисковый маркетинг
3. Партизанский и вирусный маркетинг
4. Маркетинг в социальных сетях (SMM)
5. Скрытый маркетинг
6. Контент-маркетинг
7. Аффилированный (партнерский) маркетинг
8. Товарная политика в интернете
9. Информационные и цифровые продукты
10. Сервисная политика в интернете
11. Ценовая политика в интернете
12. Распределительная политика в интернет-маркетинге
13. Коммуникационная политика в интернете
14. Торговля на аукционах в интернете
15. Торговые интернет-площадки
16. Особенности оптовой и розничной торговли в интернете
17. Реклама в интернете
18. Интернет-брендинг
19. Связи с общественностью (*PR*)
20. Блоги и социальные сети
21. Подкастинг
22. Веб-сайт компании
23. Стимулирование продаж
24. Сарафанное радио
25. Интернет-опросы
26. Качественные исследования в интернете
27. Анализ основных бизнес-показателей в интернете
28. Маркетинговые исследования сайта компании
29. Конкурентная разведка в интернете и анализ потребительских настроений
30. Маркетинговые исследования в социальных сетях и блогах

РАЗДЕЛ 3. ЛОГИСТИКА

1. Происхождение термина «логистика», экономическое понимание «Логистики».
2. Этапы развития логистики, уровни формирования логистики.
3. Принципы и функции логистики.
4. Логистические операции и логистические функции.

5. Моделирование в логистике.
6. Экспертные системы в логистике.
7. Объекты логистического управления: Материальный поток, информационные потоки, финансовые потоки, поток услуг.
8. Логистические системы и принципы их образования.
9. Классификация логистических систем.
10. Сущность закупочной логистики. Механизмы закупочной логистики.
11. Основные определения и термины производственной логистики.
12. Варианты управления материальными потоками в рамках внутрипроизводственных логистических систем.
13. Организация материальных потоков в производстве.
14. Цель и задачи логистики распределения.
15. Взаимодействие логистики и маркетинга.
16. Логистические каналы и логистические цепи.
17. Типы и характеристика посредников.
18. Решение задач распределительной логистики
19. Место и роль запасов в логистической системе.
20. Основные виды материальных запасов.
21. Определение размера заказа.
22. Анализ ABC.
23. Анализ XYZ.
24. Система управления запасами.
25. Виды и функции складов.
26. Разработка системы складирования.
27. Технологические процессы на складах.
28. Оборудование, тара, упаковка и маркировка.
29. Показатели эффективности работы складов.
30. Задачи транспортного хозяйства, виды и характеристика транспортных средств. 31. Виды перевозок.
31. Выбор способа транспортировки, видов транспорта, транспортных средств и перевозчика.
32. Маршруты движения автотранспорта.
33. Место и роль информационных систем и технологий в логистике. Информационные системы.
34. Логистические информационные системы. Управление информационной системой.

РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Маркетинговые исследования: понятие, виды, цели.
2. Место и роль маркетинговых исследований в общей концепции маркетинга.
3. Принципы маркетинговых исследований.
4. Факторы, влияющие на результаты в бизнесе и коммерции.
5. Система методов и методических приемов в маркетинговых исследованиях.

6. Методики проведения количественных и качественных маркетинговых исследований.
7. Основные этапы маркетингового исследования, их содержание.
8. Модель изучения товарной структуры рынка.
9. Основные разделы плана маркетингового исследования и способы сбора первичных данных.
10. Опросы: понятие, виды, методика, преимущества и недостатки.
11. Наблюдение: формы, виды, преимущества и недостатки.
12. Эксперимент: понятие, основные виды и признаки.
13. Панель как метод исследования: понятие, виды, содержание.
14. Выбор вида средств маркетинговых исследований и метода коммуникации.
15. Количественные исследования: понятие, проблемы, стадии, концепция сбора данных.
16. Выбор объекта исследования: генеральная совокупность, выборка, объем выборки, определение состава выборки.
17. Виды выборки, ее методы и характеристика.
18. Репрезентативность выборки и ее ошибка.
19. Способы сбора информации в маркетинге и ее источники.
20. Организационное, техническое и информационное обеспечение маркетинговых исследований.
21. Качественные исследования: понятие, виды, задачи, методы получения информации.
22. Фокус-группы как метод маркетинговых исследований: сущность, основные стадии и их содержание.
23. Методика проведения качественных исследований с помощью фокус-групп.
24. Анализ информации: критерии, методы.
25. Прогнозирование: классификация, методы их классификация.
26. Маркетинг на рынке услуг: направления исследования и особенности.
27. Маркетинговые исследования рынка услуг социальной сферы.
28. Планирование и организация маркетинговых исследований.
29. Рейтинг: понятие, методика определения, единица рейтинга.
30. Разведывательные маркетинговые исследования: сущность, специфика.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература (в том числе электронные ресурсы)

1. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2023. — 293 с. — ISBN 978-5-394-05145-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144069.html (дата обращения: 11.10.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Иванов Г. Г., Холин Е. С. «Коммерческая деятельность»: учебник / Г. Г. Иванов, Е. С. Холин. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. — 384 с.

3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141811.html (дата обращения: 29.07.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Трушина, Е. В. Маркетинг: учебник / Е. В. Трушина, О. О. Скрябин, А. А. Гудилин. — Москва: Издательский Дом МИСиС, 2023. — 215 с. — ISBN 978-5-907560-70-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137531.html (дата обращения: 24.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Левкин Г. Г., Никифоров О. А. «Коммерческая деятельность»: учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 265 с.

6. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 363 с.

7. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.

8. Николаева, М. А. Маркетинг: учебник и практикум / М. А. Николаева, С. А. Калугина. — Москва: Дашков и К, 2023. — 364 с. — ISBN 978-5-394-05097-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/136478.html (дата обращения: 15.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

9. Абдаал А. Жизнь, игра и продуктивность: Как сфокусироваться на важном и делать это с удовольствием. .М.: Альпина ПРО. 2026 280 с.;

10. Абаев А.Л. Маркетинговые коммуникации категории товаров и услуг: учебник /А. Л. Абаев, В. А. Евстафьев, Д. И. Кудрявцева, М. А. Тюков. М.: ИТК «Дашков и К°». 2026 944 с.

11. Тебекин, А. В. Логистика: учебник / А. В. Тебекин. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2024. — 354 с. — ISBN 978-5-394-05519-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144180.html (дата обращения: 13.10.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

12. Григорьев М. Н. Логистика: учебник / М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. — Москва: Юрайт, 2022. — 836 с.

Дополнительная и справочная литература

1. Николаева, М. А. Маркетинг: учебник и практикум / М. А. Николаева, С. А. Калугина. — Москва: Дашков и К, 2023. — 364 с. — ISBN 978-5-394-05097-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/136478.html (дата обращения: 15.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Половцева Ф. П. «Коммерческая деятельность»: учебник / Ф. П. Половцева. — М.: Инфра-М, 2019. — 416 с.

3. Борисов Е. Ф. «Коммерческая деятельность»: учебник для студентов вузов по направлению и специальности «Экономика в торговле» / Е. Ф. Борисов. — М.: Юристъ, 2019. — 568 с.

4. Денисова, А. Л. Организация коммерческой деятельности. Управление запасами: учебное пособие / А. Л. Денисова, Н. В. Дюженкова. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012. — 81 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/64143.html (дата обращения: 15.06.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Баранов В.А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности: учебное пособие / Баранов В.А.. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-1711-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85957.html (дата обращения: 14.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 294 с.

7. Гаджинский А.М. Логистика: учебник для бакалавров / Гаджинский А.М.. — 21-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 419 с. — ISBN 978-5-394-02059-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85223.html (дата обращения: 14.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Составители программы:

Магомадова Мадина Мовсаровна доцент, к.э.н.