

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.03.2024 12:17:29
Уникальный идентификатор:
2e8339f7d854e5b145712415412d1bb5d1821f0ab



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет имени
Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»

Принято решением ученого совета ФГБОУ ВО
«Чеченский государственный университет
им. А.А. Кадырова» от «28 » март 2024 г.,
протокол № 4

ПРОГРАММА

комплексного экзамена, проводимого университетом по направлению подготовки
38.04.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в цифровой экономике»

г. Грозный

РАЗДЕЛ 1. БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства. Классификация субъектов предпринимательской деятельности. Признаки предпринимательской деятельности. Принципы предпринимательской деятельности.
2. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя. Бизнес и предпринимательство.
3. Деловая среда предпринимательства Управление организационной системой. Анализ деловой среды. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.
4. Предпринимательская идея и ее выбор. Методы оценки новых идей. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя.
5. Моделирование отличий товара, лежащего в основе деловой идеи.
6. Принятие предпринимательского решения. Типы предпринимательских решений.
7. Экономические методы принятия предпринимательских решений.
8. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения.
9. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
10. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах. Стимулирование сбыта.
11. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур.
12. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи (сбыта товаров), сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности.
13. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. Коммерческие инновации.
14. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.
15. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу- хау» и др.).

РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепция маркетинга.
2. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя.
3. Маркетинговые исследования. Сегментация. Выборы целевого рынка. Стратегии маркетинга.
4. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.
5. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Оценка и контроль маркетинга.
6. Организация маркетинговых служб. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.
7. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Сущность коммуникации. Особенности сложных систем применительно к маркетинговым коммуникациям.
8. Виды коммуникационных моделей. Структура основных элементов коммуникационной модели. Виды коммуникаций.
9. Коммуникационные системы. Функции коммуникаций.
10. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Рынок маркетинговых коммуникаций.
11. Этапы развития маркетинговых коммуникаций. Понятие и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Цели, принципы ИМК. Причины создания ИМК.
12. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта. Преимущества и недостатки стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Типы стимулирования сбыта.
13. Стратегии стимулирования сбыта. Формы стимулирования сбыта в торговле. Финансовые льготы и льготы в натуральном выражении.
14. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Основные коммуникационные характеристики рекламы. Важнейшие типы рекламы и их особенности. Типы рекламных медиа и их коммуникационные характеристики. Телевизионная реклама. Реклама в печатной прессе. Цифровая digital реклама Интернетреклама и мобильная реклама. Наружная реклама outofhome advertising. Реклама на радио. Транспортная реклама. Полиграфическая реклама. Реклама в помещениях индор-реклама. Реклама в кинотеатрах. Реклама на объектах окружающей инфраструктуры ambient-реклама.
15. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий. Роль рекламы в реализации маркетинговой технологии позиционирования. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий трейдмаркетинга и мерчандайзинга.

РАЗДЕЛ 3. КОММЕРЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА

1. Коммерческая Логистика, ее понятие и сущность. Задачи коммерческой логистики.
2. Концепция, метод и функции логистики. Прогнозирование требований к логистике. Стратегия и планирование в коммерческой логистике.
3. Логистика закупок, логистика оптовых продаж. Система хранения и складской обработки.
4. Сервис в коммерческой логистике. Управление запасами, транспортные услуги.
5. Информационное обеспечение логистики. Посредничество в логистике. Контроль и управление в коммерческой логистике.
6. Особенности логистики в отраслевых сферах.
7. Логистическое управление закупочной деятельностью. Процесс организации закупок.
8. Концептуальные положения логистики. Основные положения концепции современной логистики. Цель и задачи логистики. Функциональные области логистики.
9. Материальные потоки. Понятие материального потока. Основные характеристики и классификации материального потока. Методика анализа материальных потоков.
10. Финансовые потоки в логистике. Понятие финансовой логистики и финансового потока. Основные характеристики финансовых потоков. Финансовое обслуживание материальных потоков.
11. Логистические системы. Понятие логистической системы. Логистическая цепь. Микрологистические системы. Макрологистические системы.
12. Снабженческая логистика. Цели, задачи и функции закупочной логистики. Особенности выбора поставщика. Логистическая организация процесса снабжения.
13. Логистические системы управления входящим товарным потоком: графический метод. Логистические системы управления входящим товарным потоком: аналитический метод.
14. Логистический сервис. Понятие логистического сервиса. Виды и этапы сервисного обслуживания. Принципы и задачи логистического сервиса. Критерии качества логистического обслуживания.
15. Транспортная логистика. Предмет, цели и задачи транспортной логистики. Логистические функции транспорта

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература (в том числе электронные ресурсы)

1. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов; под редакцией Л. П. Дашкова. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 286 с. — ISBN 978-5-394-03907-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110984.html> (дата обращения: 27.02.2024).
2. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 400 с. — ISBN 978-5-394-03467-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110965.html> (дата обращения: 27.02.2024)
3. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2022. — 212 с. — ISBN 978-5-394-04840-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120716.html> (дата обращения: 27.02.2024).

Дополнительная и справочная литература

1. Королева, Л. А. Логистика: учебное пособие / Л. А. Королева. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-4486-0665-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81481.html> (дата обращения: 27.02.2024).
2. Мишина, Л. А. Логистика: учебное пособие / Л. А. Мишина. — 2-е изд. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1801-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81019.html> (дата обращения: 27.02.2024).
3. Палагин, Ю. И. Логистика - планирование и управление материальными потоками: учебное пособие / Ю. И. Палагин. — 2-е изд. — Санкт-Петербург: Политехника, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-7325-1084-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94836.html> (дата обращения: 27.02.2024).
4. Левкин, Г. Г. Основы логистики: учебное пособие / Г. Г. Левкин. — 4-е изд. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-9729-0667-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115213.html> (дата обращения: 27.02.2024).

5. Идрисов, Ш. А. Маркетинговая логистика: учебное пособие / Ш. А. Идрисов, А. Ш. Агаева. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2022. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0920-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124189.html> (дата обращения: 27.02.2024)

6. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4486-0770-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83809.html> (дата обращения: 27.02.2024)

7. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 294 с. — ISBN 978-5-394-03074-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85277.html> (дата обращения: 27.02.2024)

8. Шабашова, Л. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2019. — 160 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89492.html> (дата обращения: 27.02.2024).

Составители программы:

Магомадова Мадина Мовсаровна доцент, к.э.н.