

Теоретические вопросы по дисциплинам, включенным в государственный экзамен

Дисциплина «Маркетинг»

1. Сбытовая политика предприятия: каналы распределения товаров и товародвижения.
2. Ассортиментная политика предприятия, планирование ассортимента.
3. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами
4. Товарная политика предприятия: маркетинговое понимание товара, жизненный цикл товара (услуги).
5. Товарная политика предприятия: формирование товарного ассортимента и разработка новых товаров.
6. Содержание маркетинговой деятельности предприятия: разработка комплекса маркетинга.
7. Программа исследования: назначение, разделы. Методы сбора первичной информации.
8. Маркетинговая среда предприятия: структура и диагностика.
9. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования: программа и методы сбора и обработки информации.
10. Организационная структура управления службы маркетинга.
11. Система маркетинговых планов. Структура, содержание и последовательность разработки плана маркетинга, его место в бизнес-плане.
12. Оценка и контроль маркетинга. Место маркетингового контроля в обеспечении эффективности деятельности предприятия (организации).
13. Бюджет маркетинга и методы его разработки.
14. Эволюция развития маркетинга. Концепции маркетинга.
15. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.
16. Инструменты стратегического планирования маркетинга.
17. Сферы применения маркетинга. Стратегический, социально-этический маркетинг, маркетинг отношений, индивидуальный маркетинг.
18. Понятие и значение сегментации рынка. Подходы к классификации методов сегментирования.
19. Ассортиментная политика предприятия: понятие, показатели, основные стратегические решения.
20. Виды маркетинговых исследований по направлениям.
21. Поведение покупателей на потребительских рынках и рынках предприятий. Приоритет потребителя.
22. Ценовая политика предприятия: выбор ценовой стратегии; факторы, влияющие на уровень цены, методы расчета цен.
23. Принципы, функции и система управления маркетингом. Концепции управления маркетингом
24. Ценовые решения в маркетинге. Виды ценовых стратегий.

Дисциплина «Основы коммерческой деятельности и коммерческой безопасности»

1. Объекты и субъекты коммерческой деятельности.
2. Торговые посредники: экономическое содержание.
3. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности.
4. Исследование товарных рынков.
5. Выбор товаров и формирование ассортимента.
6. Определение объемов закупок и продаж товаров.
7. Заключение договоров купли-продажи.
8. Коммерческие взаиморасчеты.
9. Основные факторы планирования товарных запасов.
10. Порядок формирования, регулирования и контроля товарных запасов.
11. Продажа товаров оптом. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
12. Продажа товаров розничная. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.
13. Понятие услуг, их отличие от товаров. Классификация услуг.
14. Специфика сервисного обслуживания.
15. . Основы государственного регулирования коммерческой деятельности.
16. Таможенное регулирование. Валютный контроль.
17. Источники финансирования коммерческой деятельности.
18. Цели и задачи системы безопасности. Объекты защиты.

19. Основные виды угроз.
20. Состав и структура системы безопасности.
21. Необходимость и сущность информационной безопасности коммерческого предприятия. Коммерческая тайна – основной объект информационной безопасности.
22. Режим коммерческой тайны на предприятии.
23. Недружественное поглощение. Сущность, предпосылки, ошибки предпринимателей, приводящие к рейдерским атакам.
24. Подготовка к захвату. Распространенные схемы захвата.
25. Технология защиты предприятия от рейдеров.
26. Определение допустимого размера дебиторской задолженности. Методы контроля дебиторской задолженности.
27. Процесс взыскания задолженности. Способы борьбы с просроченной дебиторской задолженностью
28. Методы определения степени риска.
29. Хеджирование и страхование как способы снижения коммерческого риска.
30. Понятие корпоративного мошенничества и влияние, оказываемое им на деятельность предприятия.
31. Система контроля над корпоративным мошенничеством.
32. Поручительство. Банковская гарантия. Залог.
33. Причины наступления финансового кризиса.
34. Управление расходами во время финансового кризиса.
35. Сущность недобросовестной конкуренции. Ситуации, ее порождающие.
36. Цели политики недобросовестных конкурентов. Агрессивные методы конкурентной борьбы.
37. Способы защиты от недобросовестной конкуренции.
38. Современные тенденции в работе налоговой службы. Налоговая проверка.
39. Внешний контроль контрагентов. Контроль налоговых последствий сделки с контрагентом.
40. Внутренний контроль контрагентов. Составление «паспорта контрагента».
41. Обоснование экономической эффективности сделки.
42. Документы, необходимые при разработке системы налоговой защиты.
43. Порядок проведения проверок деятельности компаний и предпринимателей сотрудниками министерства внутренних дел (МВД).
44. Порядок проведения проверок деятельности компаний и предпринимателей сотрудниками Роспотребнадзора.
45. Порядок проведения проверок деятельности компаний и предпринимателей сотрудниками государственной пожарной службы (ГПС).
46. Порядок проведения проверок деятельности компаний и предпринимателей сотрудниками федеральной налоговой службы (ФНС).
47. Организация собственной службы безопасности. Работа с частным охранным предприятием или подразделением вневедомственной охраны.
48. Средства и методы защиты офиса от внешних и внутренних угроз.
49. Регистрация товарного знака. Незаконное использование товарного знака.
50. Методы защиты товарного знака.

Дисциплина «Экономика, диагностика и эффективность деятельности торгового предприятия»

1. Анализ движения и эффективности использования основных средств торгового предприятия.
2. Факторный анализ эффективности использования оборудования и торговых площадей предприятия.
3. Анализ эффективности использования оборотных средств торгового предприятия.
4. Факторный анализ производительности труда в торговле.
5. Диагностика эффективности использования экономического потенциала торгового предприятия.
6. Экстенсивные и интенсивные факторы экономического роста торгового предприятия.
7. Особенности анализа эффективности инновационной деятельности торгового предприятия.
8. Изучение спроса на торговом предприятии как форма выявления потребностей покупателей. Оценка уровня удовлетворения спроса на товары и услуги, реализуемые торговым предприятием.

9. Диагностика эффективности взаимоотношений с потребителями товаров и услуг, реализуемых торговым предприятием.
10. Диагностика взаимоотношений с поставщиками торгового предприятия.
11. Анализ структуры товарооборота по классификационным признакам.
12. Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов торгового предприятия.
13. Анализ состояния и эффективности формирования товарных запасов торгового предприятия.
14. Анализ валового дохода торгового предприятия. Факторы, влияющие на величину валового дохода торгового предприятия.
15. Анализ безубыточности деятельности торгового предприятия.
16. Анализ рентабельности деятельности торгового предприятия. Влияние факторов на величину рентабельности деятельности торгового предприятия.
17. Состав и структура, оптимизация затрат торгового предприятия.
18. Оптимизация расходов торгового предприятия по налогам.
19. Анализ показателей, характеризующих расходы торгового предприятия по налогам.
20. Структура, функции и виды цен.
21. Оценка сложившегося уровня цен на товары и услуги, реализуемые торговым предприятием.
22. Анализ применяемых торговым предприятием скидок. Методы адаптации цен на товары и услуги.
23. Определение финансовых последствий установления цен на товары и услуги, реализуемые торговым предприятием.
24. Планирование товарооборота торгового предприятия по объему и структуре.
25. Планирование валового дохода и прибыли торгового предприятия.
26. Анализ соблюдения ассортиментного минимума, развития прогрессивных форм торговли на торговом предприятии.
27. Анализ количества и качества оказываемых дополнительных услуг на торговом предприятии.
28. Анализ широты и эффективности использования средств внутримагазинной рекламы и информации на торговом предприятии.
29. Анализ квалификации персонала, непосредственно осуществляющего процесс обслуживания покупателей в торговом зале, и соблюдения правил торговли.
30. Кривая коммерческого риска. Показатели степени оценки коммерческого риска.

Дисциплина «Организация и эффективность коммерческой деятельности»

1. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения
2. Сущность, роль и задачи организации коммерческой деятельности.
3. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия
4. Оценка эффективности управления коммерческой деятельностью
5. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
6. Роль материально-технического снабжения в организации коммерческой деятельности предприятия
7. Управление работой с поставщиками
8. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли
9. Организация и управление коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур
10. Ассортимент товаров: понятие, свойства, порядок формирования
11. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле
12. Методы анализа и оптимизации ассортимента
13. Анализ розничного товарооборота в коммерческой деятельности организации
14. Инструменты повышения уровня доходности предприятия
15. Содержание и сущность инноваций в коммерческой деятельности.
16. Сущность, цели, функции стратегического планирования коммерческой деятельности предприятий
17. Организация коммерческой деятельности в сфере недвижимости
18. Организация коммерческой деятельности банков
19. Организация коммерческой деятельности страховых и лизинговых компаний
20. Организация коммерческой деятельности инжиниринговых компаний
21. Организация коммерческой деятельности, связанной с торговлей продуктами

интеллектуальной деятельности

22. Организация коммерческой деятельности международных товарных аукционов

23. Сущность международной коммерческой деятельности

Дисциплина «Планирование и прогнозирование в коммерческой деятельности»

1. Предвидение и прогнозирование: общие понятия, логико-гносеологические основы предвидения.
2. Прогнозирование и прогностика: общие понятия и задачи.
3. Необходимость и возможность прогнозирования на предприятиях, занимающихся коммерческой деятельностью, в условиях рынка.
4. Способы научного обоснования предсказаний.
5. Способы и последовательность разработки прогнозов.
6. Типология прогнозов.
7. Система прогнозирования: сущность, характеристика элементов.
8. Верификация прогнозов.
9. Типы и методы планирования в условиях рынка.
10. Особенности внутрифирменного планирования в условиях рынка.
11. Сравнительная характеристика концепций планирования и прогнозирования.
12. Принципы планирования и прогнозирования.
13. Подходы для исследования объекта прогнозирования.
14. Основные методологические принципы объекта прогнозирования.
15. Классификация объектов прогнозирования.
16. Понятие и классификация методов планирования.
17. Классификация методов прогнозирования.
18. Статистические методы, используемые в прогнозировании.
19. Методы прогнозной экстраполяции.
20. Расчет прогноза на основе простого скользящего среднего и экспоненциального взвешенного среднего.
21. Использование корреляции и регрессии в прогнозировании.
22. Моделирование объектов прогнозирования и виды моделей.
23. Требования, предъявляемые к модели объекта прогнозирования.
24. Экономико-математическое моделирование. Особенности применения в условиях рынка.
25. Экспертные методы прогнозирования: классификация, область применения.
26. Понятие и стадии проведения экспертных оценок.
27. Порядок проведения экспертного опроса. Обработка и анализ экспертной оценки.
28. Метод экспертных оценок «Дельфи».
29. Особенности проведения метода «мозговой атаки».
30. Структура разработки комплексных прогнозов.

Дисциплина «Функционирование российских и зарубежных рынков товаров и услуг»

1. Сущность и функции рынка.
2. Рыночный механизм и его элементы.
3. Исторические условия возникновения рынка.
4. Торговля в Древнем мире
5. Торговля раннего и классического средневековья.
6. Европейская торговля периода позднего средневековья.
7. Состояние русской торговли в XI-XVII вв.
8. Торговля и предпринимательство XVIII-XIX вв.
9. Особенности развития торговли во второй половине XIX- начале XX вв.
10. Торговля в советский период.
11. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики.
12. Виды и назначение средств удовлетворения потребностей.
13. Виды товаров и услуг.
14. Единый классификатор товаров и услуг.
15. Ценообразующие факторы в международной торговле.
16. Специфика ценообразования на различных типах мировых товарных рынков.

17. Основные виды мировых цен.

Дисциплина «Региональная экономика»

1. Регион в региональной экономике. Административно-территориальное устройство
2. Районообразование и районирование. Виды районирования.
3. Экономическое пространство. Единое экономическое пространство страны.
4. Структура теорий региональной экономики. Генезис теорий региональной экономики.
5. Новое понимание концепции региона: регион как квазигосударство, регион как квазикорпорация, регион как рынок, регион как социум.
6. Размещение деятельности: теория диффузии инноваций, теория регионального жизненного цикла.
7. Пространственная организация экономики.
8. Межрегиональные экономические взаимодействия.
9. Условия, принципы и факторы размещения производительных сил.
10. Особенности размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства.
11. Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.
12. Обобщающие показатели экономической эффективности размещения производства и социально-экономического развития региона.
13. Методические подходы к формированию индикаторов социально-экономического развития региона.
14. Частные показатели социально-экономического развития региона.
15. Статистическая база регионального анализа.
16. Методы регионального анализа.
17. Общая характеристика природно-ресурсного потенциала России.
18. Классификация и экономическая оценка природных ресурсов.
19. Характер размещения природных ресурсов по территории России.
20. Оценка экологической ситуации в России и в отдельных регионах.
21. Приоритетные направления обеспечения национальной безопасности РФ в экологической сфере.
22. Отраслевая структура экономики России.
23. Промышленность Российской Федерации.
24. Топливо-энергетический комплекс.
25. Черная и цветная металлургия.
26. Машиностроительный комплекс.
27. Химический комплекс.
28. Лесной комплекс.
29. Агропромышленный комплекс.
30. Транспортный комплекс.