

Направление подготовки
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль): *Маркетинг и логистика в торговле*

Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

№ п/п	Дисциплина	Вопросы к ГЭ
1.	<i>Коммерческая деятельность</i>	1. Классификация и характеристика субъектов и объектов коммерческой деятельности. 2. Особенности коммерческой деятельности основных субъектов рынка (производственное предприятие, оптовая и розничная торговля). 3. Методы исследования и моделирования коммерческой деятельности. 4. Государственное регулирование торговой (коммерческой) деятельности: цель, методы и направления. 5. Нормативно-правовые аспекты регулирования торговой деятельности. Законодательные акты в торговой сфере. 6. Понятие коммерческого риска и его разновидности. Пути снижения коммерческого риска. 7. Основы организации международных коммерческих операций.
2.	<i>Организация торговой деятельности</i>	8. Торговая сеть: понятие, классификация и характеристика, организация и модели управления 9. Типы (форматы) торговых предприятий. Факторы, влияющие на выбор месторасположения и определение формата магазина. 10. Формирование торгового ассортимента в торговых предприятиях (организациях) и управление им. 11. Организация хозяйственных связей в торговле. Этапы установления хозяйственных связей. 12. Договор поставки: сущность, разделы и их содержание, способы заключения. 13. Организация торгового обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях (организациях), его оценка. 14. Основные элементы коммерческой деятельности оптового торгового предприятия и их характеристика. 15. Торгово-посредническая деятельность на товарном рынке. Характеристика основных торговых посредников. 16. Основные элементы коммерческой деятельности розничного торгового предприятия 17. Формы и методы продажи товаров в оптовой и розничной торговле, их характеристика 18. Торгово-технологический процесс в розничном торговом предприятии. Характеристика основных элементов 19. Система показателей экономической и социальной эффективности работы торгового предприятия.
3.	<i>Закупочная логистика</i>	20. Организация службы закупок, процесс управления закупками и поставками 21. Управление товарными запасами в процессе закупок и поставок 22. Поставщики товаров: основные факторы и критерии выбора 23. Стратегии управления закупками и поставками

4.	<i>Распределительная логистика</i>	24. Логистические посредники в распределительной сети: виды и их функции 25. Логистические каналы и цепи в распределении товаров: понятие и виды 26. Логистический аутсорсинг. Виды логистических провайдеров и их функции 27. Складской аутсорсинг в логистике. Виды и классы распределительных складов 28. Логистический сервис. Виды сервисного обслуживания в логистике.
5.	<i>Транспортная логистика</i>	29. Грузовые перевозки. Выбор деловых партнеров в сфере грузоперевозок 30. Организация и технология перевозки грузов железнодорожным транспортом 31. Перевозки грузов автомобильным транспортом 32. Организация перевозки грузов внутренним водным транспортом 33. Организация и технология перевозки грузов морским транспортом 34. Перевозки грузов воздушным транспортом
	<i>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности</i>	35. Характеристика комплекса маркетинга 36. Маркетинг в сфере услуг 37. Маркетинг в торговле 38. Маркетинговый анализ клиентской базы данных.
6.	<i>Маркетинговые исследования</i>	39. Особенности маркетинговых исследований: объект, предмет, направления, этапы, принципы, методология 40. Методы маркетинговых исследований: количественные и качественные 41. Разработка анкет и форм для записи результатов наблюдения в процессе маркетинговых исследований 42. Сбор и анализ данных в процессе маркетинговых исследований
7.	<i>Стратегический маркетинг</i>	43. Конкуренция: виды и методы. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества товара, предприятия. Конкурентные стратегии 44. Маркетинговые стратегии: понятия и элементы. Виды стратегий 45. Формирование маркетинговой стратегии и разработка плана маркетинга
8.	<i>Технологии маркетинговых коммуникаций</i>	46. Комплекс маркетинговых коммуникаций 47. Планирование акции публичных релейшнз 48. Система планирования и контроль рекламной деятельности 49. Прямой маркетинг и личные продажи 50. Планирование маркетинговых коммуникаций и оценка их эффективности