

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ
ПОСТУПАЮЩИХ НА ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»**

Структура вступительного испытания:

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.....	2
2. МАРКЕТИНГ	6
2.1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	8
3. ТОРГОВОЕ ДЕЛО.....	12
4. СТАТИСТИКА.....	17

Москва

2019

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Эволюция предмета экономической теории

Предмет и задачи экономической теории. Методы исследования. Генезис экономической теории.

Экономический выбор

Экономические системы: сущность, основные проблемы, типы и модели. Экономический выбор. Кривая производственных возможностей. Альтернативные издержки.

Рыночный механизм

Рынок как экономическая категория. Структура и инфраструктура рынка. Рыночный механизм и его элементы: цена, спрос, предложение. Эластичность спроса и предложения.

Равновесные модели в статике: долгосрочное и краткосрочное равновесие. Равновесная модель в динамике: паутинообразная модель рыночного равновесия. Государственное регулирование рынка товара и ценообразования.

Теория потребительского выбора

Теория потребительского поведения: кардиналистский (количественный) и ординалистский (порядковый) подходы. Формирование индивидуального и рыночного спроса. Бюджеты потребителей. Оценка благосостояния потребителя. Поведение рационального потребителя.

Теория производства

Производственная функция. Технологическая и экономическая эффективность производства. Краткосрочный и долгосрочный период производственной деятельности. Динамика и минимизация производственных издержек. Определение экономически эффективного способа производства. Условия максимизации прибыли и минимизации издержек.

Экономическая конкуренция

Экономическая конкуренция: содержание и инструменты. Модели рынков: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, монополия. Их отличительные особенности. Ценовая дискриминация.

Рынок факторов производства

Особенности спроса и предложения ресурсов (капитала, труда, земельных ресурсов). Эффекты дохода и замещения: соотношение между свободным и рабочим временем. Эффективность труда. Влияние профсоюзов на рынок труда. Ценообразование на рынке ресурсов. Экономическая рента. Дисконтированная стоимость капитальных вложений (инвестиций). Эффективность инвестиций.

Провалы рынка

Провалы рынка и объективная необходимость государственного регулирования. Минимальные и максимальные границы государственного вмешательства. Транзакционные издержки и теорема Коуза. Производство общественных благ. Асимметрия информации на рынке. Экономические экстерналии.

Основные макроэкономические показатели и их измерение

Основные направления макроэкономической мысли: кейнсианское, неоклассическое, монетаристское и др. Методология макроэкономического анализа. Потоки, запасы, показатели экономической конъюнктуры, экономические инъекции (вливания) и утечки (изъятия).

Общественное воспроизводство: сущность и модели. Основные макроэкономические тождества.

Основные макроэкономические показатели. Виды, принципы и способы расчета ВВП.

Совокупный спрос и совокупное предложение

Совокупный спрос и совокупное предложение, краткосрочное и долгосрочное макроэкономическое равновесие. Экономические шоки и их последствия.

Экономический рост: сущность, эффективность и качество. Показатели и факторы экономического роста.

Экономическая нестабильность

Теории экономических циклов. Структура, причины и виды экономических циклов. Инструменты и эффективность антикризисной политики государства.

Рынок труда в классической, неоклассической и монетарной теориях. Структура трудоспособного населения. Разновидности безработицы. Экономические издержки безработицы. Закон Оукена. Экономическая политика государства в области занятости.

Инфляция. Виды и типы. Теория ожиданий. Экономические издержки инфляции. Её влияние на уровень жизни населения, перераспределение национального дохода, объём национального продукта. Кривая Филлипса. Кейнсианская антиинфляционная политика. Монетарная программа.

Кейнсианская модель расходов и доходов

Кейнсианская модель равновесия на товарном рынке (Крест Кейнса). Рецессионный и инфляционный разрывы.

Компоненты совокупного спроса (планируемых расходов). Потребительские расходы. Сбережения: кейнсианская модель, «загадка Кузнецца», модель межвременного замещения И. Фишера, модель жизненного цикла, модель перманентного дохода.

Инвестиции. Взаимосвязь инвестиций и национального дохода. Парадокс бережливости. Мультипликационный эффект и его графическая интерпретация. Мультипликатор инвестиций. Эффект вытеснения. Акселерация. Простейшая формула акселератора.

Бюджетно-налоговая политика государства

Бюджетно-налоговая политика государства: сущность, виды, инструменты, эффективность. Дефицит и профицит государственного бюджета. Мультипликация государственных расходов, налогов и трансфертов. Сбалансированный бюджет. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Государственный долг. Управление государственным долгом.

Денежный рынок

Теоретические модели спроса на деньги. Структура денежной массы и денежной базы. Принципы формирования и состав денежных агрегатов. Денежная и банковская мультипликации. Предложение денег. Равновесие на денежном рынке. Денежно-кредитная политика: сущность, виды, инструменты, эффективность.

Рынок ценных бумаг и его регулирование

Сущность, структура и функции рынка ценных бумаг. Экономическая роль рынка ценных бумаг.

Инструменты рынка ценных бумаг. Курсы акций и облигаций. Вексель.

Организация и регулирование рынка ценных бумаг. Первичный и вторичный рынки ценных бумаг. Фондовая биржа. Биржевой и внебиржевой рынки ценных бумаг.

Модель IS-LM и макроэкономическая политика государства.

Равновесие на товарном и денежном рынках. Факторы, влияющие на рынки. Кредитно-денежная и бюджетно-налоговая политика в модели IS-LM.

Международная экономика и теория мировой торговли

Закономерности развития мирового хозяйства и его особенности в эпоху глобализации. Теории абсолютных (А.Смит) и относительных (Д. Рикардо) преимуществ в мировой торговле. Концепция Э. Хекшера и Б.Олина. Парадокс В. Леонтьева.

Основные элементы торговой политики государства. Протекционизм и фритредерство. Тарифные и нетарифные ограничения в мировой торговле.

Платежный баланс

Структура платежного баланса. Взаимосвязь счетов баланса.

Валютный курс

Теория паритета покупательной способности национальной валюты. Системы валютного курса. Курс валюты: номинальный и реальный. Фиксированный обменный курс. Свободно плавающий (гибкий) обменный курс.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основные источники:

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика- 1,2. Мезоэкономика: Учебник, 7-е изд.(изд:7) / Г.П. Журавлева. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 934 с.
2. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Макроэкономика -1, 2. Метаэкономика. Экономика трансформаций: Учебник / Г.П. Журавлева. - М.: Дашков и К, 2016. - 920 с.
3. Курс микроэкономики: Учебник / Р.М. Нуреев. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014
4. Макроэкономика: учебник / под ред. Л.Г. Чередниченко, А.З. Селезнева - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 394 с.
5. Макроэкономика [Электронный ресурс]: учебник / Т. А. Агапова, С. Ф. Серёгина. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: МФПУ Синергия, 2013. - 560 с.
6. Макроэкономика: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. – 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2016. – 527 с.
7. Матвеева Т.Ю. Макроэкономика: учебник для вузов: в 2ч. – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2017.
8. Микроэкономика: учебник / под общ. ред. В.В. Громыко. – 2-е изд, доп. и перераб.- Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2019. – 376 с.
9. Микроэкономика: учебник / под общ. ред. Г.П.Журавлевой и Л.Г. Чередниченко. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 415 с.
10. Мэнкью Н. Г. Макроэкономика. / Н. Мэнкью. - СПб.: Питер, 2013. - 560 с.
11. Мэнкью Н.Г. Микроэкономика / Н.Г. Мэнкью, М. Тейлор; Пер. с англ. А.П. Смольский. - СПб.: Питер, 2013. - 544 с.
12. Тарануха Ю.В., Земляков Д.Н. Микроэкономика. 3-е издание. – Учебник. – М.: Кнорус, 2013 — 640 с.
13. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Учебник / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. - 19-е изд., англ. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 1028 с.
14. Экономическая теория: Учебник / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков; МГУ им. М.В.Ломоносова (МГУ). - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. – 608 с.

2. МАРКЕТИНГ

Особенности торгового маркетинга

Потребители в розничной торговле. Маркетинговые стратегии и управление маркетингом в торговой сфере. Классификация торговых посредников. Независимые торговые посредники. Корпоративные сети. Договорные системы. Магазинная и внемагазинная торговля. Характеристика рынков торговых услуг. Внешняя и внутренняя среда рынка розничной торговли.

Основные составляющие торгового формата

Ассортимент. Широта ассортимента. Глубина ассортимента. Уровень цен. Формы обслуживания. Дополнительные характеристики формата. Площадь торгового предприятия. Местоположение. Атмосфера. Магазинная торговля. Магазин «у дома». Супермаркет. Супермагазин. Гипермаркет. Универмаг. Дискаунтер. Магазины «бросовых цен»: фирменные магазины; магазины, специализирующиеся на распродажах; «магазины одной цены»; оптовые клубы. Выставочные залы. Ленточные торговые центры. Моллы. Оптовые рынки. Внемагазинная торговля. Прямая розничная торговля: прямая торговля по каталогам, телевизионная торговля, телемаркетинг (продажи по телефону), интерактивная электронная торговля. Личная продажа: продажа «один на один», продажа «один многим», многоуровневый (сетевой) маркетинг. Продажа через автоматы.

Продукт в комплексе торгового маркетинга

Понятие торговой услуги. Уровни торговой услуги. Глубина и широта ассортимента. Товарная категория и товарная единица. Уровень обслуживания. Ориентация на уровень цен. Модель жизненного цикла. Связь жизненного цикла товара, жизненного цикла товарной категории и жизненного цикла торгового формата.

Цена в комплексе торгового маркетинга

Цена как элемент комплекса маркетинга. Цели ценообразования. Торговая наценка как форма цены торговых услуг. Факторы, влияющие на цену. Внутренние и внешние ограничения. Издержки. Рентабельность. Позиционирование. Покупательная способность. Стратегии ценообразования.

Продвижение в комплексе торгового маркетинга

Маркетинговые коммуникации. Имидж торгового предприятия. Мерчандайзинг. Способы продвижения. Организация связей с общественностью (PR). Реклама. Стимулирование сбыта. Виды рекламы. Совместная реклама. Внутримаркетинговая реклама (POS-реклама).

Распределение в комплексе торгового маркетинга

Доступность торговой услуги: доступность торгового посредника и доступность ассортимента. Местоположение магазина. Процедура выбора места расположения торговой точки. Привлекательность региона. Торговая зона и радиус действия товара. Гравитационные модели. Модели централизации розничной торговли.

Дополнительные элементы в комплексе торгового маркетинга

Контактный персонал. Внутренний маркетинг. Интерактивный маркетинг. Мотивация персонала. Характеристики торгового персонала, воспринимаемые покупателями. Компетентность. Отзывчивость. Степень индивидуального внимания к покупателю. Доступность. Оперативность. Атмосфера. Материальная обстановка. Внешний вид торгового зала, торгового оборудования, униформа персонала. Неосознаваемые составляющие атмосферы.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основные источники:

1. Торговое дело. Учебник. Стандарт третьего поколения/ В.В. Борисова, И.Д. Афанасенко. СПб. Питер. 2018
2. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития: учебник/ Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, И. Б. Стукалова М.: Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2009
3. Розничная торговля. Стратегический подход: учебник / Б. Берман, Д. Р. Эванс М.: Вильямс, 2008
4. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования продаж в розничном торговом предприятии: Конспект лекций / С.Б. Алексина М. : Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2010.
5. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие/ Лукина А.В. Издательство «ФОРУМ», 2008
6. Методы стимулирования сбыта: учебное пособие/ Захарова Ю. А. М.: ИТК «Дашков и К°», 2012

Нормативно-правовые документы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ (действующая редакция, 2016)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Информационный портал Ритейл.ру (<http://www.retail.ru/>)

2.1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Содержание, виды и организация маркетинговых исследований

Теоретические основы маркетинговых исследований. Определение понятия маркетинговых исследований. Аналитик. Аудит розничной торговли. Данные. Заказные исследования. Информационные потребности. Информация. Исследования для решения проблемы. Исследования, направленные на определение проблемы. Исследовательское агентство. Кабинетные исследования. Качественные исследования. Количественные исследования. Лицо, принимающее решение. Маркетинговые исследования. Медиа-исследование. Менеджер проекта. Наблюдение. Неопределенность. Омнибусные исследования. Опрос. Полевые исследования. Потребительская панель. Решение. Риск. Сетевые агентства. Синдицированные (синдикативные) маркетинговые услуги. Стандартизированные

маркетинговые услуги. Статистика. Эксперимент.

Маркетинговые информационные системы

База данных (БД). Вторичная информация. Основные источники вторичной информации. Внешняя и внутренняя вторичная информация. Поиск информации в интернете. Достоверность и надежность вторичной информации. Информационная система (ИС). Информация. Корпоративные информационные системы (КИС). Маркетинговая информационная система (МИС). Первичная информация. Системы поддержки принятия решений (СППР).

Процесс маркетингового исследования

Бюджет проекта. Гипотезы исследования. График Гантта. Задачи исследования. Задание на проведение маркетингового исследования (research brief). Описательные исследования (descriptive research). Отчет об исследовании. Ошибка выборки. Ошибка наблюдения. Ошибки исследования. Первичная информация. План исследования. Поисковые исследования (exploratory research). Предложение на проведение исследования (research proposal). Причинно-следственные (каузальные) исследования (causal research). Проблема исследования. Управленческая проблема. Исследовательская проблема. Гипотезы. Поисковые вопросы. Процесс определения проблемы. Типовой проект исследования. Цель исследования.

Поисковое исследование: вторичная информация

Вторичная информация и ее источники; Маркетинговая база данных и ее информационные возможности; Синдицированные услуги; Оценка качества вторичной информации; Ошибки маркетинговых исследований.

Методы качественных исследований

Анализ практических ситуаций (case-study); Ассоциативные методы. Глубинное интервью. Интервьюер. Качественное исследование. Метод Дельфи. Метод категоризации. Метод триангуляции. Модератор. Порядок вопросов. Проективные методы. Ролевые игры. Скрининговая анкета. Сценарий фокус-группы (топик-гайд). Требования к участникам фокус-группы. Фокус-группа. «Хорошие» и «плохие» участники фокус-группы. Экспертный опрос. Критерии отбора экспертов. On-line фокус-группа. Методы получения первичной информации: Наблюдения. Объекты и предметы наблюдения, места наблюдения. Наблюдаемые параметры. Классификация методов наблюдения. Преимущества и недостатки наблюдения, как метода МИ. Разработка программы наблюдения. Форма сбора данных. Измерение в маркетинговых исследованиях: объекты, характеристики, способы; виды шкал и их сравнительный анализ; шкалы для измерения отношения, восприятия, предпочтений. многомерное шкалирование (многомерный анализ). Несбалансированная шкала. Несравнительная шкала. Неметрическая шкала. Процедура разработки шкал. Семантический дифференциал. Совместный анализ. Сравнительная шкала. Шкала Лайкерта. Шкала Стэпела. Методы проведения опроса и их характеристика. Опрос по почте, по телефону, личное интервью, интернет-опрос. Анкетирование. Преимущества и недостатки опроса, как метода получения информации. Преимущества и недостатки различных методов опроса. Проектирование опросных листов и техника сбора информации. Альтернативные вопросы. Анкета. Анкетирование. Метод «воронки». Методы тестирования надежности. Надежность инструмента измерения. (неструктурированный) надежность/достоверность. достоверность). Опрос. Открытые вопросы. Отрицание. Оформление анкеты. Ошибка измерения. Почтовый опрос. Предварительное кодирование. Предварительное тестирование. Разветвленные вопросы. Респондент. Систематическая ошибка. Сложность вопросов. Случайная ошибка. Содержательная надежность / достоверность. Стандартизированный (структурированный) опрос. Туннельный метод. Фильтрующие вопросы. Выборка. Основа (файл) выборки. Направляющие вопросы. Нестандартизированный опрос. Невероятностная выборка. Вероятностная выборка. Выборка удобства. Выборочная доля. Границы доверительного интервала. Единица выборки. Единица генеральной совокупности. Квотная выборка. Кластерная выборка. Концентрированная выборка. Корректировка выборки. Коэффициент доверия. Метод «снежного кома». Непропорциональная выборка. Нормальное распределение. Ошибка выборки. Пропорциональная выборка. Простая случайная выборка. Процедура определения выборки. Систематическая выборка. Сплошное наблюдение (перепись). Стратифицированная выборка. Организация и проведение полевых работ.

Составляющие процесса проведения количественного исследования

Организация различных видов проведения сбора данных. Организация работы команды. Организационные инструменты повышения качества собираемой информации. Обработка и анализ результатов выборочного исследования. Группировка данных. Дисперсия. Кодирование данных. Контроль качества данных. Корреляция. Корректировка данных. Кросс-табуляция. Медиана. Мода. Нулевая гипотеза. Размах вариации. Редактирование данных. Сводные таблицы. Среднее значение. Стандартное отклонение (среднее квадратическое отклонение). Статистическая значимость. F-критерий (критерии Фишера). T-критерий (критерий Стьюдента). Z-критерий. χ^2 – критерий (критерии Хи-квадрат).

Внешняя достоверность. Внутренняя достоверность. Достоверность результатов. Эксперимент. Зависимая переменная. Контролируемый эксперимент. Контрольная группа. Лабораторное тестирование. Метод временных рядов. Модель «до-после с контролем». Модель «до-после». Модель латинский квадрат. Модель «после» с контролем. Модель четырёх групп Соломона. Независимая переменная. Однократное тестирование. Ошибка эксперимента. Направления исследований потребителей. Исследование демографических и психографических характеристик потребителей. Модель потребительского поведения. Виды реакции. Методы исследования когнитивной реакции: осведомленность, способность вспомнить, анализ воспринимаемого сходства. Методы исследования аффективной реакции: осознаваемое и рассматриваемое множество, определение установки, модель совокупных свойств. Методы исследования поведенческой реакции: приобретение, использование, владение. Исследование лояльности. Критерии лояльности; Современное понимание лояльности. Виды лояльности и показатели их измерения. Отток: понятие, измерение, влияние оттока на доход. Оценка удовлетворенности. Индексы CSAT и NPS и методы их расчета.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой - Москва : Кнорус 2019. - 680 с.
2. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров: 2-е изд., перераб. и доп. / А. В. Коротков М.: Юрайт, 2012
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. – М.: изд-во Финпресс. 2008
4. Аакер Д., Кумар В., Дэй Д. Маркетинговые исследования. – М.: Питер. 2005.
5. Черчилль Гилберт. Маркетинговые исследования. Пер. с англ. – СПб: изд-во

Питер. 2010

6. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2008.

7. Практикум по дисциплине «Маркетинговые исследования»: учебное пособие 2-е издание / Мешков А.А., Шишкин А.В., Скоробогатых И.И., Лопатинская И.В., Ефимова Д.М. М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2013.

Дополнительная литература:

1. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. 4-е издание (пер. с англ). М.: изд.Дом Вильямс. 2007

2. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Как это делают в России. М.: изд.во Вершина. 2005

3. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг. М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2012

4. Данько Т.П., Скоробогатых И.И. «Количественные методы анализа в маркетинге».СпБ.: Питер. 2006

5. М.Джеффри Маркетинг, основанный на данных: 15 показателей, которые должен знать каждый. М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014г.

6. Ламбен Жан Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. Пер. с франц. – СПб: Питер, 2007.

7. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговых исследования. М.: Академия. 2005

8. Т.А.Гайденко Маркетинговое управление. М.:ЭКМО 2005 г.

9. Б.В.Мусатов, Ж.Б.Мусатова Маркетинговое планирование и аудит. М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2013

10. Дэвис Д. Исследования в рекламной деятельности. Теория и практика. М.Вильямс. 2005

11. П.Фэррис,Н.Бендл,Маркетинговыепоказатели:более50показателей,которые важно знать каждому руководителю. Днепропетровск: БАЛНБизнесБукс, 2009.

12. Рабочая книга Социолога. Изд-во Института социологии. 1999 год.

13. Статистика рынка. М. Финансы и статистика. 1996.

14. Aaker, Kumar. Marketing research. An Applied approach, The Dryden Press. 2000. 15. N. Malkhotra. Marketing Research: An Applied orientation. 40th edition. Pearson International. 2007

16. D.I.Hawkins , D.S.Tull. Essentials of Marketing Research (ER). Mc Graw Hill, 1997
17. Matthew Hadusden/ Marketing Research and Information. Study text. Great Britain. The Chartered Institute of Marketing. 2008
18. S.P.Douglas, C.S.Craig. International Marketing Research (MR), Prentice Hall International, 1998.
19. G.R.Jarboe. The Marketing Research Project Manual, Prentice Hall International, 1998.
20. Alan Wilson. Marketing research. Pearson education limited 2006.

Интернет-ресурсы:

1. Исследовательская компания ACNielsen <http://www.nielsen.com>
2. Web-ресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации:
<http://www/marketingpower.com>
3. Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга <http://www.ram.ru>
4. Группа компаний Комкон <http://www.comcon-2.ru>
5. Исследовательская компания GFK-Пусь <http://www.gfk.ru>
6. Гильдия маркетологов www.marketologi.ru

3. ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Торговля: сущность, функции, место и роль в экономике РФ

Торговля как составная часть сферы обращения. Экономическая сущность торговой услуги. Товар – предмет торговой деятельности. Место и роль торговли в процессе общественного воспроизводства. Взаимосвязь торговли с производством, распределением и личным потреблением. Торговля в структуре экономики, ее взаимосвязь с другими отраслями, кредитно-финансовой системой государственным бюджетом и денежным обращением. Функции торговли как отрасли экономики. Роль и место торговли в экономике РФ. Качественные характеристики современного состояния отрасли. Экономические и социальные проблемы и перспективы развития торговли.

Торговля и рынок

Соотношение категорий "рынок" и "торговля". Элементы рынка и их реализация в торговле. Рынок потребительских товаров.

Классификация рынка потребительских товаров по товарной специализации, региональному признаку, уровню монополизации, степени насыщенности товарами, активности процессов купли-продажи. Особенности формирования рынка потребительских товаров. Структура потребительского рынка. Спрос и предложение – факторы, определяющие состояние потребительского рынка. Понятие конъюнктуры и емкости

потребительского рынка. Торговая конъюнктура. Методы количественной оценки конъюнктуры рынка. Закономерности развития спроса и предложения на товары в РФ.

Понятие, классификация и характерные экономические черты торговых организаций. Основные нормативно-правовые документы, регулирующие хозяйственную деятельность торговых организаций.

Организационная структура торговли

Общая характеристика видов торговли. Внутренняя и внешняя торговля. Оптовая и розничная торговля, их задачи и функции. Виды оптовой торговли: закупочная торговля по производственным связям, торговля сырьем и материалами. Формы предприятий оптовой торговли. Виды розничной торговли. Формы предприятий розничной торговли. Отличительные черты оптовой и розничной торговли. Розничная и оптовая торговые сети.

Процессы концентрации и интеграции в торговле. Конкуренция в отрасли

Экономическое содержание и формы концентрации в сфере товарного обращения. Процессы концентрации, интеграции и диверсификации в торговле. Горизонтальная и вертикальная интеграция в торговле. Эволюция форм и методов вертикальной интеграции. Диверсификация в торговле. Оценка эффективности процессов концентрации. Конкуренция в отрасли.

Государственное регулирование сферы обращения

Регулирующие функции государства в условиях рыночной экономики и их влияние на торговую деятельность. Основные направления и принципы государственного регулирования товарного обращения. Методы государственного регулирования. Формирование конкурентной рыночной среды. Лицензирование и сертификация услуг торговли. Организация государственного контроля торговли. Защита прав потребителей. Правила торговли. Правила продажи отдельных видов товаров. Зарубежный опыт государственного регулирования сферы обращения.

Социально-экономическая эффективность торговли

Основные финансово-экономические показатели деятельности торгового предприятия. Товарооборот как экономическая категория и показатель хозяйственной деятельности. Доходы. Затраты. Прибыль от реализации товаров. Сущность и критерии экономической эффективности торговли. Методологические подходы к оценке эффективности торговли. Выбор показателя экономического эффекта торговой деятельности. Схема формирования и распределения добавленной стоимости в отрасли. Система показателей экономической эффективности. Многоаспектность социального эффекта в торговле. Качественные и количественные показатели социальной

эффективности отрасли. Факторы, определяющие эффективность функционирования торговли. Система показателей социально-экономической эффективности торговли. Проблемы повышения эффективности отрасли.

Розничная торговая сеть: экономическая сущность, классификация и общая характеристика

Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети. Классификации розничной торговой сети. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей. Классификация розничной торговой сети по стационарности, специализации, типу розничных торговых предприятий. Понятие формата розничного торгового предприятия и факторы его определяющие. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары. Материально-техническая база розничной торговли. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним. Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети.

Товарооборот торговых организаций

Товарооборот и основные виды ресурсов, используемых торговыми организациями для его осуществления. Товарооборот розничных торговых организаций и его характеристика. Товарооборот оптовых торговых организаций и его классификация. Особенности товарооборота организаций внедомашнего питания.

Товарные ресурсы и товарные запасы в деятельности торговых организаций

Товарные ресурсы, движение товарных ресурсов. Обеспеченность торговых организаций товарными ресурсами и эффективность их использования. Понятие товарных запасов. Сущность и классификация товарных запасов. Соотношение между объемом товарооборота и величиной товарных запасов. Количественное определение величины товарных запасов. Товарооборачиваемость, скорость и время товарного обращения. Методы анализа величины товарных запасов и товарооборачиваемости.

Труд и трудовые ресурсы в торговых организациях

Особенности труда в торговых организациях. Категорирование работников в торговых организациях. Численность работников в торговых организациях и ее характеристика. Обеспеченность торговых организаций трудовыми ресурсами. Показатели движения трудовых ресурсов и методы их расчета, применяемые в торговле. Понятие производительности труда торговых работников. Расчеты, применяемые в торговых организациях. Факторы, определяющие производительность труда торговых работников.

Заработная плата в торговых организациях

Понятие заработной платы. Принципы организации заработной платы в торговых организациях. Причины, вызывающие необходимость дифференциации размеров заработной платы. Тарифная и бестарифная заработная плата. Повременная оплата труда и ее виды. Условия эффективного применения в торговле повременной формы заработной платы. Премииальные системы, их виды и составные части. Системы выплат, применяемые в торговле.

Материально-техническая база в торговле

Понятие материально-технической базы и ее составные части. Нематериальные активы и их состав. Понятие основных фондов торговых организаций. Классификация основных фондов. Оценка основных фондов и определение их годности. Эффективность использования основных фондов и ее количественное измерение. Стоимостные и натуральные показатели эффективности использования основных фондов. Виды ремонтов, используемых в торговых организациях. Методы финансирования развития основных фондов. Износ и амортизация основных фондов в торговых организациях.

Финансы и финансовые ресурсы торговых организаций

Понятие финансов. Принципы организации финансов. Функции финансов. Финансовое состояние торговых организаций. Методы определения финансового состояния. Банкротство и директивно установленные критерии банкротства. Оценка финансового состояния с помощью многофакторных экономико-математических моделей (на примере «Z-счета»). Средства торговых организаций. Источники формирования средств. Основные и оборотные средства. Эффективность использования оборотных средств. Финансирование капитальных вложений в торговле. Понятие кредита. Основные принципы кредитования. Обеспеченность кредита. Виды финансовых (банковских) кредитов; коммерческие и товарные кредиты в торговле.

Доходы торговых организаций

Понятие и классификация дохода в торговых организациях. Факторы, влияющие на формирование доходов в торговых организациях. Доходы и валовые доходы в торговле. Доходы и цены. Показатели количественного измерения доходов в торговых организациях.

Расходы торговых организаций

Расходы в торговых организациях: сущность и понятие. Классификация расходов торговых организаций. Расходы и издержки обращения. Факторы, влияющие на величину расходов и издержек обращения в торговых организациях. Показатели, используемые для количественного измерения величины издержек обращения торговыми организациями.

Прибыль в торговле

Понятие и сущность прибыли в торговле. Классификация прибыли. Факторы, определяющие величину прибыли. Порядок распределения прибыли в торговых организациях. Понятие и сущность рентабельности. Показатели, применяемые для количественного измерения величины прибыли и уровня рентабельности в торговых организациях.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основные источники:

1. Баженов Ю.К., Иванов Г.Г. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли : Учеб. пособие. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018.
2. Баженов Ю.К. Розничная торговля в России : Монография. - М. : ИНФРА-М, 2017.
3. Баканов М. И., Чернов В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес: Учеб. пособие. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017
4. Иванов Г. Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2018
5. Иванов Г.Г. Экономика организации (торговля) : учебник / Г.Г. Иванов. М. : ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. 352 с. : ил. (Высшее образование).
6. Иванов Г. Г. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие /Г.Г.Иванов, Ю.К.Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2018
7. Иванов Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2018
8. Кент Т., Омар О. Розничная торговля. Зарубежный учебник. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
9. Нешиной А.С. Финансы и торговля в воспроизводственном процессе. - М.:Дашков и К, 2017.
10. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики: Монография / Чеглов В.П., Куренкова В.П., Алексина С.Б., Иванов Г.Г., Орлов С.Л., Холин Е.С., Брагин Л.А., Ильяшенко С.Б., Шипилова С.С., Карашук О.С., Красильникова Е.А. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019.
11. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. - М.: Дашков и К, 2017.

Нормативно-правовая база:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" , с изменениями и дополнениями
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" , с изменениями и дополнениями
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", с изменениями и дополнениями
4. Распоряжение Правительства РФ от 7 декабря 2011 г. N 2199-р, с изменениями и дополнениями

Интернет-ресурсы:

1. www.minpromtorg.gov.ru – официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ
2. www.rospotrebnadzor.ru – официальный сайт Федеральной службы в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека (Роспотребнадзор)
3. www.consultant.ru
4. www.rbc.ru
5. www.gks.ru
6. www.co.ru
7. www.economy.gov.ru
8. www.retail.ru
9. www.retailclub.ru
10. www.retailer.ru
11. www.shop-academy.com
12. www.vedomosti.ru

4. СТАТИСТИКА

Предмет, метод и задачи теории статистики

Статистическое наблюдение и группировка данных

Основные понятия и категории статистики.

Статистическое наблюдение: сущность, задачи, программно-методологические и организационные вопросы, виды, способы и организационные формы, ошибки регистрации и репрезентативности.

Статистическая сводка и группировка данных: сущность, классификация, принципы построения. Ряды распределения: виды и графическое изображение.

Абсолютные и относительные показатели

Понятие статистического показателя. Классификация статистических показателей.

Абсолютные величины: определение, виды и формы выражения.

Относительные показатели: сущность, значение, виды, способы расчета и формы выражения. Относительные величины динамики, плана и реализации плана. Относительные величины структуры и координации. Относительные величины сравнения. Относительные величины интенсивности.

Средние величины

Средняя величина как обобщающий статистический показатель. Сущность средней величины. Виды средней и способы их вычисления. Исходное соотношение средней. Выбор формы средней.

Структурные средние. Мода, медиана, квартили, децили. Способы их вычисления. Интерпретация.

Показатели вариации

Вариация величины признака в совокупности, ее сущность и значение.

Основные характеристики вариационного ряда распределения. Показатели вариации признака: размах вариации, среднее линейное отклонение, дисперсия, среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений

Понятие, основные элементы и виды рядов динамики. Классификация рядов динамики.

Аналитические показатели ряда динамики. Средние показатели рядов динамики.

Интерполяция и экстраполяция в рядах динамики и ее измерение. Понятие основной тенденции развития, ее виды и методы выявления.

Простейшие методы прогнозирования социально-экономических явлений и процессов.

Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений

Форма и виды связей.

Задачи, решаемые с помощью корреляционного метода анализа. Парный линейный коэффициент корреляции Пирсона. Частные коэффициенты корреляции. Коэффициент детерминации.

Задачи, решаемые с помощью регрессионного метода анализа. Уравнение регрессии как форма аналитического выражения статистической связи. Выбор уравнения связи. Проверка статистической значимости уравнения регрессии. Интерпретация коэффициентов регрессии.

Показатели тесноты связи качественных признаков. Коэффициенты ассоциации и контингенции.

Ранговые коэффициенты корреляции в оценке взаимосвязей социально-экономических явлений.

Выборочное наблюдение

Понятие, задачи, виды и способы проведения выборочного наблюдения. Ошибки выборочного наблюдения.

Средняя и предельная ошибки выборки: сущность и методы расчета.

Определение необходимой численности единиц выборочной совокупности.

Индексный метод анализа статистических данных

Понятие экономических индексов. Значение индексного метода в социально-экономических исследованиях. Индивидуальные и сводные индексы.

Агрегатный индекс как основная форма общего индекса. Агрегатные индексы объемных и качественных показателей, правила их построения и взаимосвязь.

Система базисных и цепных экономических индексов, их взаимосвязь. Индексы с постоянной и переменной базой сравнения, переменными и постоянными весами.

Средние индексы: арифметический и гармонический.

Статистика населения

Цели и задачи статистики населения. Источники данных о населении.

Статистика численности и состава населения: категория постоянного и наличного населения. Методика изучения состава населения по полу, возрасту, национальности, семейному положению.

Показатели численности населения. Методы расчета средней численности населения.

Статистическое изучение естественного и механического движения: абсолютные и относительные показатели.

Статистика труда

Понятие трудовых ресурсов и экономически активного населения. Анализ уровня и динамики безработицы. Источники информации.

Абсолютные показатели численности и состава экономически активного населения, занятого населения, безработных. Относительные показатели уровня экономической активности, занятости населения и безработицы.

Понятие и состав рабочей силы и рабочего времени. Фонды рабочего времени.

Производительность труда: методы расчета и изучения динамики. Изменение объема продукции за счет изменения производительности труда.

Статистика национального богатства

Национальное богатство и его состав. Классификация и группировки, применяемые при изучении национального богатства в рамках СНС. Методы учета национального богатства.

Статистическое изучение объема, структуры, динамики национального имущества. Статистика основного капитала и оборотных фондов в национальном богатстве.

Классификация основных фондов. Виды оценки основных фондов. Амортизация основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов.

Показатели статистики материальных оборотных средств. Коэффициенты оборачиваемости, закрепления, средней продолжительности оборота.

Система национальных счетов. Макроэкономические показатели в СНС

Теоретические и методологические основы СНС. Виды оценки показателей в СНС. Взаимосвязь основных макроэкономических показателей.

Основные макроэкономические показатели в СНС: валовой внутренний продукт (ВВП), валовой национальный доход (ВНД), валовая прибыль экономики (ВПЭ), валовой национальный располагаемый доход (ВНРД), валовое национальное сбережение (ВНС). Роль каждого показателя в характеристике результатов экономической деятельности и методы их расчета.

Показатели уровня инфляции: дефлятор ВВП и индекс потребительских цен, их взаимосвязь и методы расчета.

Статистическое изучение динамики национального продукта. Индексы физического объема ВВП.

Статистика эффективности производства

Цели и задачи статистики эффективности производства. Система показателей эффективности производства. Факторы производства.

Показатели эффективности использования трудовых ресурсов, средств производства, оборотных средств. Индексы переменного, фиксированного состава и структурного сдвигов. Определение влияния факторов на изменение уровня показателей эффективности производства.

Статистика уровня жизни населения

Понятие, задачи изучения и система статистических показателей уровня жизни населения.

Показатели статистики доходов и расходов населения. Методика расчета уровня и динамики показателей доходов, расходов и потребления населением материальных благ и услуг в СНС.

Покупательский спрос населения. Коэффициент эластичности спроса. Источники статистической информации.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основные источники:

1. Методология статистического исследования социально-экономических процессов = Methodology for Statistical Research of Socioeconomic Processes: науч. издание / под ред. В.Г. Минашкина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 387 с. – ISBN 978-5-238-02372-4.
2. Статистика: Учебник./ Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Проспект, 2013. – 448с.
3. Социально-экономическая статистика : учеб. Пособие / Я.С. Мелкумов. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. - 186 с.
4. Социально-экономическая статистика: Учебник / Под ред. М.Р.Ефимовой – М., Издательство Юрайт, 2013. - 591 с.
5. Статистика для бакалавров с основами бизнес-статистики: учебник/отв. Ред. Е.В. Зарова. – Москва: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2014. -440с.
6. Экономическая статистика: учебник / под ред. проф. Ю.Н. Иванова. – 5-е изд., пераб. И доп. М.: ИНФРА-М, 2019. – 584 с.