

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НИЖНЕВАРТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОГРАММА
проведения вступительных испытаний для поступающих на базе профессионального
образования на программу бакалавриата
38.03.06 «Торговое дело (торговое дело)»

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Прием на обучение по программам бакалавриата проводится в соответствии Правилами приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата в ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет».

Абитуриент, поступающий на направление **38.03.06 «Торговое дело»** по вступительному испытанию **«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»**, должен иметь документ о профессиональном образовании.

Программа вступительного испытания для поступающих на направление подготовки **38.03.06 «Торговое дело»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта в соответствии с направленностью (профилем) программ бакалавриата.

Форма проведения вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в форме компьютерного тестирования, с использованием 100-бальной системы оценивания. Экзаменационная работа состоит из 50 тестовых заданий. Успешное выполнение одного тестового задания оценивается в два балла. Максимальное количество баллов, которое может набрать абитуриент – 100. Минимальное количество баллов для дальнейшего участия абитуриента в конкурсе – 40. На решение задач данного контрольного мероприятия отводится 60 минут (без перерыва).

Вступительное испытание проводится на русском языке.

1. Содержание основных разделов

Программа включает основные вопросы разделов: «Организация и проведение экономической деятельности», «Налоги и налогообложение», «Маркетинг», «Маркетинговая деятельность».

Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности

Сущность, функции и роль финансов в экономике. Назначение и функции финансов в процессе общественного производства. Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений. Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера. Сущность и функции финансов, их роль в экономике предприятия. Управление финансами, финансовая система РФ.

Раздел 2. Налоги и налогообложение

Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ. Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов. Федеральные, региональные и местные налоги. Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы. Налоговый контроль, права и обязанности налогоплательщиков, налоговые преступления. Ответственность за нарушение законодательства о налогах и сборах.

Раздел 3. Маркетинг

История и основные этапы развития маркетинга. Социальные основы маркетинга – удовлетворение людских потребностей. Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в

современных условиях. Маркетинг как одна из концепций, её сущность. Понятие социально-этического маркетинга. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Контроль и регулирование спроса в коммерческих организациях. Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей. Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Конъюнктура товарного рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу. Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Сущность макросреды, неконтролируемые факторы. Характеристика компонентов макросреды.

Раздел 4. Маркетинговая деятельность

Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов. Анализ маркетинговых возможностей фирмы. Использование формализованных приемов. Обзор основных приемов выбора маркетинговой возможности фирмы. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование товара на рынке - выбор и реализация стратегии. Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов. Товарная политика фирмы. Сущность понятия товар. Классификация товаров. Принятие решения относительно товарного ассортимента, использования товарных марок, упаковки, маркировки и жизненного цикла товара (ЖЦТ). Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - их цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС). Характеристика компонентов ФОССТИС. Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании маркетинговых коммуникаций. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной компании. Связи с общественностью: общий обзор.

Литература

1. Афанасьев, М.П. Бюджет и бюджетная система в 2 т. Том 1: учебник для среднего профессионального образования / М.П. Афанасьев, А.А. Беленчук, И.В. Кривоногов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 314 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10182-9. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/429496>.
2. Афанасьев, М.П. Бюджет и бюджетная система в 2 т. Том 2: учебник для среднего профессионального образования / М.П. Афанасьев, А.А. Беленчук, И.В.

Кривогов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 342 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10180-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/44243625>.

3. Бюджетная система РФ: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н.Г. Иванова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 381 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10494-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/430610>

4. Карпова, С.В. Основы маркетинга: учебник для СПО / С.В. Карпова; под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2017. – 408 с.

5. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Е.Е. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2018. – 383 с.

6. Лыкова, Л.Н. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для СПО / Л.Н. Лыкова. – М.: Юрайт, 2019. – 353 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/nalogi-i-nalogooblozhenie-433548>.

7. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 315 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-14377-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477475>.

8. Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО / Е.П. Михалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 213 с.

9. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для СПО / под ред. Г.Б. Поляка, Е.Е. Смирновой / 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 385 с.

10. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для СПО / под ред. Д.Г. Черника, Ю.Д. Шмелева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 408 с.

11. Основы маркетинга. Практикум: учебное пособие для СПО / С.В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2018. – 325 с.

12. Пансков, В.Г. Налоги и налогообложение. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / В.Г. Пансков, Т.А. Левочкина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 319 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-01097-8. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433338>.

13. Пансков, В.Г. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.Г. Пансков. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 436 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06335-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/4332793>.

14. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: учебник и практикум для СПО / Н.П. Реброва. – М.: Юрайт, 2018. – 277 с.

15. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник и практикум для СПО / Д.В. Бураков [и др.]; под ред. Д.В. Буракова. – М.: Юрайт, 2018. – 329 с. URL: <https://www.biblio-online.ru/book/2AA5059A-CE00-4039-8EC6-5AF6B63A527A>.

16. Чалдаева, Л.А. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для СПО / А.В. Дыдыкин ; под ред. Л.А. Чалдаевой. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 381 с. URL: <https://www.biblio-online.ru/book/ECF949DB-7BB0-4E04-886D53864A19D7D5>.