

Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе УО «ВГТУ»

_____ И. А. Петюль
« 25 » _____ 05 _____ 2017 г.

Регистрационный № 103-17

ПРОГРАММА
государственного экзамена по специальности
1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

2017 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Н. Л. Прокофьева, заведующий кафедрой «Финансы и коммерческая деятельность», к. э. н., доцент учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

В. В. Квасникова, доцент кафедры «Финансы и коммерческая деятельность», к. э. н., доцент учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

Е. Н. Домбровская, старший преподаватель кафедры «Финансы и коммерческая деятельность» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

О. Н. Жучкевич, старший преподаватель кафедры «Финансы и коммерческая деятельность» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

Е. А. Шеремет, доцент кафедры технического регулирования и товароведения, к. т. н., доцент учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

Л. В. Прудникова, старший преподаватель кафедры экономики учреждения образования «Витебский государственный технологический университет».

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой «Финансы и коммерческая деятельность»
(протокол № 7 от 28.02.2017 г.)

Советом факультета экономики и бизнес-управления учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»
(протокол № 8 от 25.05.2017 г.)

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственный экзамен по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Программа государственного экзамена по специальности разработана учреждением образования «Витебский государственный технологический университет» в соответствии с ОСВО 1-25 01 10-2013 и правилами проведения аттестации студентов, а также:

- типовых программ «Товароведение» № ТД-Е.133/тип от № 3 от 23.06.2008,
- учебных программ «Коммерческая логистика» № УД-355-15/уч. от 22.05.2015 г.; «Международная торговля» УД-96-15/уч. от 22.05.2015 г.; «Ценообразование в торговле» УД-262-15/уч. от 22.05.2016 г.; «Экономическая стратегия организации» № УД-1-15/уч. от 22.05.2015 г., «Товароведение продовольственных товаров» № УД- 118-13/р. от 19.09.2013 г., «Товароведение непродовольственных товаров» № УД- 119-13/р. от 19.09.2013 г.

Требования к компетенциям специалиста

Специалист должен:

- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.

Специалист должен быть способен:

Организационно-управленческая деятельность

ПК- 1. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.

ПК- 6. Готовить доклады, материалы к презентациям.

Коммерческая деятельность

ПК-12. Управлять товарными, информационными и финансовыми потоками при организации процессов товарного обращения.

ПК-13. Создавать систему управления затратами с целью их оптимизации.

ПК-16. Оценивать перспективность бизнеса, его конкурентоспособность, эффективность.

ПК-18. Организовывать деятельность торговых организаций и коммерческих служб промышленных предприятий.

ПК-22. Иметь навыки разработки проектов в рамках профессиональной деятельности (торгово-технологических, и/или маркетинговых, и/или рекламных, и/или логистических процессов) с использованием информационных технологий и участвовать в них.

Научно-исследовательская деятельность

ПК-26. Использовать экономические законы и закономерности в управлении коммерческой деятельностью.

ПК-28. Разрабатывать отдельные компоненты стратегии и тактики осуществления коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

ПК-29. Использовать комплексный подход при решении проблем коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

Форма получения высшего образования – заочная на базе ССУЗ, 4 курс 7 семестр.

2 СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОММЕРЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ, ТОВАРОВЕДЕНИЕ, ИНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА

1. Организация закупочной деятельности в промышленности и торговле.

Сущность и основные этапы коммерческой деятельности по закупкам товаров. Определение потребности в закупаемых товарах. Критерии и способы выбора поставщиков., Направления совершенствования хозяйственных отношений с поставщиками товаров. Сущность и условия применения логистической концепции снабженческо-производственной деятельности “Точно в срок”.

2. Коммерческая деятельность по сбыту товаров и направления ее совершенствования.

Содержание коммерческой деятельности по сбыту товаров. Понятие, виды и способы выбора каналов товародвижения. Виды посредников, участвующих в продвижении товаров, их функции и особенности взаимодействия. Направления совершенствования сбытовой деятельности.

3. Организация товароснабжения и технология доставки товаров на предприятия промышленности и торговли.

Транзитная и складская формы товароснабжения: сущность, достоинства и недостатки, области эффективного применения. Методы доставки товаров в розничную торговую сеть, их преимущества и недостатки. Организация централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть и ее основные показатели. Содержание процесса управления транспортировкой.

4. Организация складского хозяйства в оптовой и розничной торговле.

Роль и функции складов, их классификация. Помещения и оборудование складов. Сущность, основные этапы и виды операций складского технологического процесса. Показатели эффективности использования системы складирования.

5. Организационное построение и размещение розничной торговой сети.

Розничная торговая сеть: понятие, основные звенья розничной торговой сети. Виды розничной торговой сети. Сущность, назначение и признаки специализации РТС. Показатели, характеризующие уровень специализации РТС города. Сущность и назначение типизации РТС, признаки, определяющие тип торговой организации. Методы размещения РТС.

6. Технологический процесс в магазине: содержание и направления совершенствования.

Понятие, операции и этапы торгового технологического процесса в магазине. Условия применения различных схем торгового технологического процесса. Понятие, содержание и структура технологической карты. Принципы организации и направления совершенствования торгового технологического процесса в магазине.

7. Организация и технология приемки товаров в магазине.

Основные документы (нормативные и сопроводительные), используемые при приемке товаров в магазине. Порядок проведения и сроки приемки товаров по количеству и качеству. Документальное оформление приемки товаров.

8. Роль упаковки в процессе товародвижения. Организация тарных операций.

Упаковка и тара: понятие и функции, выполняемые в процессе обращения товаров. Основные признаки классификации тары. Прогрессивные виды тары. Стандартизация и унификация тары. Понятие тарооборота.

9. Организация розничной продажи товаров в магазине.

Понятие продажи товаров. Сущность, основные элементы и обязательные условия организации методов продажи товаров в магазине. Преимущества и недостатки методов розничной продажи

товаров. Формы продажи товаров и их классификация. Внемагазинные формы продажи товаров.

10. Организация обслуживания покупателей в розничной торговле.

Понятие услуги и услуги розничной торговли. Покупательский сервис. Классификация услуг в розничной торговле. Базовый уровень обслуживания. Понятие «культуры торговли». Методики и показатели оценки уровня культуры торговли в магазине.

11. Ассортиментная политика в оптовой и розничной торговле.

Понятие, классификация и показатели состояния ассортимента. Факторы и методы формирования ассортимента. Содержание процесса управления ассортиментом. Методы анализа ассортимента.

12. Организация труда в розничной торговле и направления ее совершенствования.

Организация труда в торговле: понятие и особенности. Научная организация труда и ее основные направления. Структура затрат рабочего времени работников торговли. Методы изучения затрат рабочего времени. Планирование численности торгового персонала.

13. Значение и содержание анализа коммерческой деятельности.

Задачи и источники анализа коммерческой деятельности. Направления анализа закупочной деятельности. Особенности анализа коммерческой деятельности по сбыту. Показатели и методы анализа ассортимента.

14. Управление коммерческой деятельностью в промышленности и торговле.

Значение, задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью. Содержание основных функций процесса управления закупками и продажами: планирования, организации, контроля. Структуры коммерческих служб и особенности функциональных обязанностей их сотрудников. Направления совершенствования в сфере управления коммерческой деятельностью.

15. Информационное обеспечение коммерческой деятельности субъектов хозяйствования.

Понятие коммерческой информации, ее значение и источники получения. Содержание процесса информационного обеспечения коммерческой деятельности. Понятие «коммерческой тайны» и способы ее защиты. Проблемы информационного обслуживания коммерческих процессов и направления его совершенствования.

16. Логистика, как фактор повышения конкурентоспособности организаций.

Сущность, значение и факторы развития логистики. Особенности и преимущества логистического менеджмента на разных стадиях товародвижения. Развитие логистики в Республике Беларусь в соответствии с Программой развития логистической системы Республики Беларусь.

17. Содержание и особенности использования логистики на уровне организации.

Сущность, задачи и преимущества логистики в управлении коммерческой деятельностью организации. Особенности логистического подхода в сфере закупок складирования, сбыта и транспортировки.

18. Логистика в сфере управления товародвижением на макроуровне.

Значение и особенности развития логистики в Республике Беларусь. Виды логистических центров, предпосылки их создания и задачи функционирования. Проблемы и перспективы логистики на современном этапе.

19. Реализация концепции мерчандайзинга в розничной торговле.

Понятие мерчандайзинга, его цели и задачи. Основные правила мерчандайзинга. Подготовка магазина к применению мерчандайзинговых приемов. Организация системы мерчандайзинга в магазине.

20. Организация изучения покупательского спроса.

Понятие, виды и факторы формирования спроса. Содержание и особенности применения различных методов изучения спроса в организациях торговли. Методы прогнозирования спроса и объема продаж. Понятие и характеристики рыночной конъюнктуры.

21. Выкладка и размещение товаров в торговом зале и оценка их эффективности.

Понятие «размещение товара». Подходы к размещению товаров. Выкладка товаров: виды, способы и критерии. Показатели оценки эффективности размещения и выкладки товаров в магазине.

22. Оптовая торговля в инфраструктурном комплексе товарного рынка: цели, функции и эффективность.

Сущность, функции и организационные формы оптовой торговли. Характеристика основных видов оптовой торговли. Организация оптовой закупки и продажи товаров. Услуги организаций оптовой торговли. Показатели деятельности организаций оптовой торговли.

23. Содержание и характеристика требований к непродовольственным товарам.

Сущность текущих, перспективных, общих и специфических требований. Требования надежности. Эргономические, функциональные, экологические, безопасности, технологические, экономические требования.

24. Классификация и кодирование товаров в Республике Беларусь.

Объект и признаки классификации. Значение классификации. Требования, предъявляемые к классификации товаров. Учебные и торговые классификации. Товарные группы непродовольственных товаров. Методы классификации их достоинства и недостатки. Виды классификаторов. Сущность, значение и преимущества штрихового кодирования.

25. Понятие и значение контроля качества товаров. Виды дефектов товаров.

Контроль качества товаров на производстве. Виды контроля и их отличие друг от друга. Субъекты товаров и их классификация по месту происхождения и значимости. Методы определения значений показателей качества. Сорт изделий. Уровень дефектности. Контроль качества товаров в торговле. Применяемые виды и методы контроля. Приемочные и браковочные числа.

26. Сущность и назначение сертификации, декларирования, гигиенической регламентации и регистрации товаров.

Сущность, цели и процедуры проведения сертификации, гигиенической регламентации и регистрации товаров. Обязательная сертификация. Декларирование товаров.

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ, ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА В ТОРГОВЛЕ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

1. Концептуальные направления социально-экономического развития Республики Беларусь.

Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы. Цели и задачи социально-экономического развития страны на период 2016-2020 годы: цель социально-экономического развития и его приоритеты. Политика социального развития Республики Беларусь.

2. Основные средства организаций торговли и направления повышения эффективности их использования.

Понятие, состав, структура и классификация основных средств организаций торговли. Показатели использования основных средств организаций торговли (показатели эффективности использования, показатели, характеризующие движение и уровень технического состояния основных средств).

3. Виды оценки основных средств. Роль амортизационной политики в воспроизводственном процессе торговой организации.

Стоимостные показатели оценки основных средств. Виды износа основных средств и порядок их расчета. Понятие амортизации, способы начисления амортизации, их достоинства и недостатки. Сущность и формы воспроизводства основных средств. Роль амортизационной политики в воспроизводственном процессе торговой организации.

4. Оборотные средства торговых организаций и направления повышения эффективности их использования.

Состав и структура оборотных средств. Показатели их использования. Характеристика источников финансирования оборотных средств. Основные направления улучшения использования оборотных средств.

5. Оплата труда персонала в торговле: организация, анализ и планирование.

Формы и системы заработной платы, их характеристика и порядок расчета. Анализ фонда заработной платы: задачи, этапы и их характеристика. Методы планирования фонда заработной платы.

6. Расходы торговой организации и основные направления их оптимизации.

Сущность и классификация расходов на реализацию товаров. Налоги, сборы, включаемые в расходы на реализацию. Показатели, характеризующие состояние, динамику и эффективность текущих расходов торговой организации. Факторный анализ расходов на реализацию товаров. Основные направления оптимизации расходов на реализацию товаров в организациях розничной и оптовой торговли.

7. Финансовое состояние торговых организаций: понятие, методы оценки и направления улучшения.

Понятие финансового состояния торговой организации. Методы оценки: вертикальный анализ, горизонтальный анализ, коэффициентный анализ. Показатели, характеризующие финансовое состояние торговой организации. Основные направления улучшения финансового состояния торговых организаций.

8. Товарные запасы и способы их оптимизации в торговых организациях.

Понятие, признаки классификации, способы определения величины товарных запасов и показатели их использования. Сущность и особенности управления запасами. Направления оптимизации товарных запасов.

9. Товарооборот – основной показатель функционирования торговой организации. Анализ товарооборота.

Понятие, состав и классификация розничного товарооборота. Понятие, состав и классификация оптового товарооборота. Значение и направления анализа товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота.

10. Формирование, анализ и планирование доходов торговых организаций.

Сущность и классификация доходов торговых организаций. Источники формирования доходов торговых организаций. Анализ доходов торговых организаций: цель, задачи, этапы и их характеристика. Методы планирования доходов торговых организаций. Направления увеличения доходов торговой организации.

11. Прибыль и рентабельность торговых организаций: понятие, виды, анализ, планирование.

Сущность, виды прибыли и источники ее формирования. Понятие рентабельности и методы ее определения. Анализ прибыли и рентабельности: цель, задачи, этапы и их характеристика. Методы планирования прибыли торговой организации. Направления увеличения прибыли и повышения рентабельности торговой организации.

12. Роль инновационной деятельности в развитии предприятий и повышении их конкурентоспособности.

Сущность и классификация инноваций. Понятие инновационной деятельности; ее основные элементы. Основные источники финансирования инноваций. Роль инновационной деятельности в развитии предприятий.

13. Понятие, значение и содержание бизнес-плана.

Сущность бизнес-плана, его значение. Виды бизнес-планов. Бизнес план инвестиционного проекта и бизнес-план развития коммерческой организации на год: назначение и особенности. Структура и содержание бизнес-плана инвестиционного проекта и бизнес-плана развития.

14. Государственное регулирование внешней торговли в Республике Беларусь.

Сущность, цели и методы государственного регулирования внешней торговли. Порядок лицензирования экспорта / импорта товаров. Методы нетарифного регулирования внешнеторговых операций в Республике Беларусь.

15. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности в Республике Беларусь.

Порядок таможенного оформления товаров. Декларирование товаров. Таможенные платежи: виды, порядок уплаты. Таможенный и валютный контроль.

16. Внешнеторговые операции: виды и порядок осуществления.

Сущность и виды внешнеторговых операций. Процесс заключения и осуществления внешнеторговых операций. Структура и содержание международного контракта купли-продажи товара.

17. Сущность и содержание финансовой политики торговой организации

Понятие, цели, задачи, объекты, предметы и субъекты финансовой политики торговой организации, их характеристика. Роль финансовой политики в управлении организацией.

18. Кредитная политика организации и критерии ее эффективности.

Понятие кредитной политики организации. Типы кредитной политики; агрессивный, консервативный, умеренный. Факторы, влияющие на выбор типа кредитной политики. Состав кредитных условий. Основной критерий эффективности кредитной политики

19. Управление дебиторской задолженностью организации.

Содержание процесса управления дебиторской задолженностью. Приемы ускорения поступления денежных средств и уменьшения безнадежных долгов. Гибкие условия сроков и форм оплаты за реализуемые товары. Продажа дебиторской задолженности.

20. Система цен на товары, работы, услуги и продукцию в Республике Беларусь.

Сущность цен. Принципы ценообразования в Республике Беларусь. Виды цен и их классификация в зависимости от стадии товародвижения; по степени распространения, по степени регулирования, по условиям франкировки. Формирование цен на товары, работы, услуги производителями, основными посредниками, розничными торговыми организациями. Порядок включения в цену налогов и сборов. Государственное регулирование цен.

21. Стратегические и тактические задачи ценовой политики в обеспечении конкурентоспособности организаций.

Понятие ценовой политики. Стратегии «проникновения на рынок», «средней цены», «снятия сливок»: условия применения, методики ценообразования, экономические последствия.

22. Модификация цен на товары и услуги для поддержания конкурентоспособности в долгосрочной и краткосрочной перспективе.

Сущность, цели и виды дифференциации цен. Условия для дискриминационного ценообразования. Модификация цен на основе различий продукции (товаров), скидок и надбавок. Региональная и краткосрочная временная дифференциация цен.

23. Стратегии выведения хозяйствующих субъектов из кризиса.

Критерии кризиса по глубине его проявления. Стратегия консолидации и трансформации бизнеса. Определение экономической несостоятельности и банкротства. Комплекс организационно-экономических мер по их преодолению.

24. Виды стратегий вхождения на зарубежные рынки и факторы, определяющие стратегии внешнеэкономической деятельности. Критерии выбора и оценка экономической целесообразности.

Основные причины выхода компаний на международные рынки. Различия между мультинациональной и глобальной конкуренцией и стратегиями на их основе. Сущность и виды стратегий экспорта. Сущность и виды прямого предпринимательства. Варианты прямого инвестирования. Внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на выбор способа выхода на внешние рынки. Текущие и стратегические показатели эффективности внешнеэкономической деятельности.

25. Конкуренция: среда функционирования организаций в условиях рыночной экономики.

Понятие, виды, формы и методы конкуренции. Объекты и субъекты конкуренции. Понятие «интенсивность конкуренции» и факторы, ее определяющие. Показатели, характеризующие интенсивность конкуренции на рынке.

26. Конкурентоспособность товара: сущность, показатели и методы оценки.

Понятие «конкурентоспособность товара». Принципы и цели оценки конкурентоспособности товара. Группы показателей, используемых для оценки конкурентоспособности товаров. Основные методы оценки конкурентоспособности товара: сущность, область применения и этапы проведения.

27. Конкурентоспособность организации: сущность, методы оценки и направления повышения.

Понятие «конкурентоспособность организации». Методики оценки конкурентоспособности организации, основанные на матричных методах (конкурентные карты рынка, матрица МакКинси). Методики оценки конкурентоспособности организации, основанные на определении комплексных показателей. Направления повышения конкурентоспособности торговых и промышленных организаций в современных условиях.

3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Законодательные и нормативные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь. – Минск: Нац. центр правовой информации Республики Беларусь, 2003. – 608 с.
2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» № 128-З 8 января 2014 г.
3. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» № 90-З от 9 января 2002 г.
4. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть): закон Республики Беларусь от 19.12.2003 г. № 166-З.
5. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть): закон Республики Беларусь от 29.12.2009 г. №72-З.
6. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г.
7. О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами: Закон Республики Беларусь от 25 ноября 2004 г.
8. О ценообразовании: Закон Республики Беларусь № 255-З от 10.05.99 г.
9. Положение о приемке товаров по количеству и качеству, утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 1290 от 3 сентября 2008 г.
10. Правила осуществления розничной торговли по образцам, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2009 г. № 31.
11. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы от 31.01.2017 г. № 31
12. Программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016-2020 годы. Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 560 от 18 июля 2016 года.
13. Правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 мая 2015 г. № 393 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 13.05.2015, 5/40518)
14. О технологических требованиях к организации процессов продажи товаров в розничных торговых объектах. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2016 г. № 20.

15. Об утверждении Инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 июня 2014 г. № 25.
16. О классификации форм розничной торговли Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 июня 2014 г. № 24.
17. Об инвестициях: закон Республики Беларусь, 12 июля 2013 г., № 53-3: принят Палатой представителей 26 июня 2013 г.
18. Об утверждении Инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов: постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва архитектуры и строительства Респ. Беларусь от 27.02.2009 г., № 37/18/6 (с изм. и доп.).
19. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2011 г. № 1672.
20. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: постановление Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г. № 140 / 206.
21. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов: постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. № 102.
22. О хозяйственных обществах: закон Республики Беларусь, 09.12.1992 г., № 2020-ХІІ
23. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы: указ Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2016 г. № 466.

Основная литература

1. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность : учебник для студентов спец. «Коммерческая деятельность», «Товароведение и экспертиза товаров» учреждений, обеспечивающих получение высшего образования в системе потреб. коопер. / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – 2-е изд. испр. – Минск : Выш. шк., 2006, 2008, 2012 - 351 с.-10экз.
2. Логистика : учеб. пособие / И. М. Баско, В. А. Бороденя, О. И. Карпеко [и др.] ; под ред. И. И. Полещук. – Минск: БГЭУ, 2007. – 431 с.-16экз.
3. Гончаров, А. А. Международная торговля (правовые аспекты) / А. А. Гончаров. – Минск: БИП-С, 2003 . -1экз.
4. Жучкевич, О. Н. Логистика : конспект лекций / О. Н. Жучкевич. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 90 с. -85экз.
5. Квасникова, В. В. Организация и технология торговли : курс лекций / В. В. Квасникова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2012, 2016. – 157 с.-128экз.
6. Квасникова В.В., Жучкевич О.Н. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: учебное пособие / Квасникова В.В., Жучкевич О.Н. – Москва : ИНФРА- М, 2013. – 183 с.-5экз.
7. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учебник / Л. И. Кравченко. – Москва : Новое знание, 2007,2009.-7экз.
8. Максименко, Н. В. Экономика предприятий торговли : учеб. пособие / Н. В. Максименко, Е. Е. Шишкова. – Минск : Вышэйшая школа, 2007.-26экз.
9. Олехнович, Г. И. Конкурентные стратегии на мировых рынках: курс лекций / Г. И. Олехнович. – Москва: Изд. деловой и учебной литературы, 2005. – 380 с. - нет в б-ке
10. Олехнович, Г. И. Конкурентные стратегии: учебное пособие для студентов вузов по спец. "Мировая экономика" / Г. И. Олехнович. - Минск: БГЭУ, 2010. - 262 с. – 2 экз.

11. Прокофьева, Н. Л. Ценообразование в торговле : конспект лекций / Н. Л. Прокофьева. – Витебск : УО «ВГТУ», 2012. – 117 с.-**91экз.**
12. Экономическая стратегия фирмы: учебное пособие / под ред. А. П. Градова. – СПб.: 1999. – 284 с.- **нет в б-ке**
13. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учебное пособие / кол. Авторы; под ред. Т.И. Николаевой и Н.Р. Егоровой. – Москва: КНОРУС, 2008. – 400 с.-**нет в б-ке**
14. Экономика организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р.П. Валевиц, Г.А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.-**15экз.**

Дополнительная

1. Коммерческая деятельность **предприятия**: стратегия, организация, управление. Учеб. пособие для вузов / под ред. В. К. Козлова, С. А. Уварова. – Санкт-Петербург: Политехника, 2000. – 322 с.-**1экз.**
2. Сулова, Ю. Ю. Доходы предприятия торговли: учебное пособие / Ю. Ю. Сулова, Н. Н. Терещенко. – Москва : ИНФРА-М : Красноярск : СФУ, 2014. – 136 с.-**нет в б-ке**
3. Пузанкевич, О. А. Финансы и финансовый менеджмент: учебно-методическое пособие / О. А. Пузанкевич; УО "БГЭУ". – Минск: БГЭУ, 2013. – 139 с.-**2экз.**
4. Лемеш, В. Н. Доходы и расходы организации. Пособие бухгалтера. / В. Н. Лемеш, Т. П. Крупская. – 2-е изд. перераб. и дополн. – Минск : Регистр, 2013. – 264 с.-**нет в б-ке**
5. Симоненко, Н. Н. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика фирмы : учебник / Н. Н. Симоненко, В. Н. Симоненко. – Москва : Магистр : Инфра-М, 2015. – 512 с.- **нет в б-ке**
6. Ромина, А. Г. Оптовая торговля / А. Г. Ромина, В. В. Лагойко, В. М. Рыбаков; под ред. А. Г. Роминой. – Минск: УП «ИВЦ Маркетинг», 2002. – 220 с.-**1экз.**
7. Виноградова, С. Н. Организация и технология торговли : учебник / под общ.ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Выш. шк., 2009. – 464 с.-**8экз.**
8. Егоров, В. Ф. Организация торговли : учебник / В. Ф. Егоров. – Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2006 – 352 с.-**1экз.**
9. Платонов, В. Н. Организация торговли : учебное пособие / В. Н. Платонов. – Минск : БГЭУ, 2013. – 287 с.- **нет в б-ке**
10. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учебное пособие / кол. авторов; под ред. А. А. Есютина и Е. В. Карповой. – Москва: КНОРУС, 2007. – 424 с.-**1экз.**
11. Снегирёва, В. В. Книга мерчандайзера / В. В. Снегирёва. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 384 с. -**2экз.**
12. Дойль, П. **Маркетинг-менеджмент** и стратегии / П. Дойль – СПб.: Питер, 2003.-**1экз.**
13. Дюмулен, И. И. Международная торговля услугами / И. И. Дюмулен. – Москва: Экономика, 2003.- **нет в б-ке**
14. Карпанова, Е. В. Ресурсы торгового предприятия : учеб.пособие / Е. В. Карпанова. – Москва : КНОРУС, 2005. – 256 с.- **нет в б-ке**
15. Катернюк, А. В. Практическая реклама: учебное пособие для студентов экон. спец. / А. В. Катернюк. – Ростов- на-Дону: Феникс, 2008. – 429 с. -**1экз.**
16. Миклашевская, Н. А. Международная экономика / Н. А. Миклашевская, А. В. Холопов А. В. [Электронные книги и учебные пособия]. – 2010. – Режим доступа: <http://www.maximum.by>
17. Нэгл, Т.Т. Стратегия и тактика ценообразования / Т.Т. Нэгл, Р.К. Холден. – СПб.: Питер,2001. – 544с.- **нет в б-ке**
18. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности: учеб. для экон. спец. вузов / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ - ДАНА, 2000.– 623 с. -**1экз.**
19. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. «Реклама» / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К, 2007. – 532 с.-**1экз.**

20. Хваткин, Н. Г. Экономика оптовой торговли продовольствием / Н. Г. Хваткин. – Москва : Эксмо, 2007. – 400 с.- **нет в б-ке**
21. Алехнович, А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: практикум / А. Алехнович. – Дикта, 2007. – 252 с.-18экз.
22. Боровкова, В. А. Управление рисками в торговле / В. А. Боровкова. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.-**2экз.**
23. Брагина, Л. А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация : учебник / Л. А. Брагина, Т. П. Данько. – Москва : Инфра – Москва, **2002.-3экз.**
24. Валевич, Г. А. Экономика предприятий торговли : практикум / Г. А. Валевич, Г. А. Давыдов. – Минск : БГЭУ, 2003.- **нет в б-ке**
25. Ефремов, В. С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: учебное пособие/В. С. Ефремов. – Москва: Финпресс, 1998. – 304с.- **нет в б-ке**
26. Полещук, И. И. Ценообразование : учебник / И. И. Полещук, В. В. Терешина. – Минск: БГЭУ, 2001. – 303с. -**3экз.**
27. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учеб. для вузов / Ф. П. Половцева. – Москва: ИНФРА-М, 2000,2003. – 248 с.-**16экз.**
28. Ромина, А. Г. Организация оптовой торговли / А. Г. Ромина, В. В. Лагойко, В. М. Рыбаков. – Минск : УП «ИВЦ Минфина», 2002. – 220 с. **нет в б-ке (есть 1997)**
29. Сидорова, Е. Международная торговля: курс лекций / Е. Сидорова. – Экзамен, 2006. – 256 с.- **нет в б-ке**
30. Скриба, Н. Н. Бизнес-планирование в торговле : методические подходы и практические рекомендации : учеб. пособие / Н. Н. Скриба, Н. Н. Микулич, Р. П. Валевич. – Минск : БГЭУ, 2000. – 216 с.-**нет в б-ке**
31. Соломатина, А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учебник / А. Н. Соломатина. – Москва : ИНФРА – М, 2001. – 295 с.-**1экз.**
32. Цены и ценообразование: учебник для вузов / под ред. В.Е.Есипова. – СПб.: Питер,2008. – 480 с.
33. Яковлев, Н. Я. Цены и ценообразование: учебное пособие / Н.Я. Яковлев. – Москва: Маркетинг, 2000. – 106 с.- **нет в б-ке**
34. Паршин, В.Ф. Ценовая политика предприятия: пособие / В.Ф. Паршин. – Минск: Выш. шк., 2010. – 336.-**2экз.**
35. Ромина, А. Г. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / А. Г. Ромина. – Минск : БГЭУ, 2009. – 317 с.-**6экз.**
36. Шуляков Л. В. Оборудование предприятий торговли : учеб. пособие для студ. вузов по спец. «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе» / Л. В. Шуляков. – Минск : Новое знание, 2004. – 320 с.-**1экз.**
37. Паршин, В.Ф. Ценовая политика предприятия: пособие / В.Ф. Паршин. – Минск: Выш. шк., 2010. – 336.-**2экз.**
38. Кныш, М. И. Конкурентные стратегии: учебное пособие / М. И. Кныш. – СПб, 2000. – 284 с.- **нет в б-ке**