

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Вадуджаманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.04.2022 13:16:13
Уникальный программный ключ:
2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова»

Институт экономики и финансов
Кафедра экономической теории и предпринимательства



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

Н.У. Ярычев

« 13 » 20 22 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ
В МАГИСТРАТУРУ**

Направление подготовки	<i>Торговое дело</i>
Программа подготовки	<i>Современные технологии торгового бизнеса</i>
Код направления подготовки	<i>38.04.06</i>
Квалификация (степень)	<i>Магистр</i>
Форма обучения	<i>Заочная</i>

Грозный - 2022

Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры) / сост. Х.М.-С. Муртазова, – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова», 2022. – 15 с.

Программа вступительных испытаний рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство» (протокол № 04 от 10 декабря 2021 г.), разработана с учетом:

– Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратура), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «12» августа 2020 г. № 982;

– Приказа Минобрнауки России от 29.07.2016 № 921 «О внесении изменений в Порядок приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 октября 2015 г. № 1147;

– Письма Минобрнауки России от 11.02.2016 № АК-289/05 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по учету результатов студенческих олимпиад (универсиад) при приеме на обучение по образовательным программам высшего образования - программам магистратуры и программам аспирантуры»);

– Положения о магистратуре ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова»;

– Правил приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, программам специалитета ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова» в 2022 г.;

– Положения о порядке и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова»;

– Устава ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова».

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Вступительные испытания по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (заочная форма обучения) проводятся для лиц, желающих освоить программу специализированной подготовки магистранта по данному направлению подготовки.

Зачисление в магистратуру осуществляется по конкурсу на основе вступительных испытаний.

Вступительные испытания проводятся в соответствии с Правилами приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова» в 2022 г.

Цель вступительных испытаний заключается в определении уровня общей личностной культуры, профессиональной компетентности и готовности к освоению программы специализированной подготовки магистранта в области фундаментальных экономических дисциплин, поступающих в магистратуру.

Данная цель реализуется путем решения следующих задач:

- определение уровня общей личностной культуры (универсальные компетенции компетенции);
- выявление наличия общепрофессиональных и профессиональных компетенций;
- выяснения степени мотивационной готовности поступающего к обучению в магистратуре, предполагающей расширенное поле научно-исследовательской и педагогической деятельности в сфере специального экономического образования.

Для успешного освоения ОПОП ВО подготовки магистра по программе магистратуры «Современные технологии торгового бизнеса» направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело», абитуриент должен обладать уровнем знаний в области экономики, в объеме государственных образовательных стандартов высшего образования и иметь документ государственного образца о высшем образовании.

Абитуриент по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ОПОП магистратуры и видами профессиональной деятельности: организационно-управленческая, расчетно-экономическая, научно-исследовательская, педагогическая.

1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ

Исходя из квалификационных характеристик, отраженных в образовательных программах бакалавров, поступающий в магистратуру должен:

- продемонстрировать понимание классических и современных экономических теорий;
- ориентироваться в ассортиментных и количественных характеристиках товаров и услуг;
- знать основные признаки и характеристики хозяйствующих субъектов;
- ориентироваться в организационно-правовых формах торговых и коммерческих предприятий;
- знать основные виды и особенности договоров в профессиональной деятельности;
- продемонстрировать умение выявлять проблемы субъектов торговой деятельности и предлагать способы их решения;
- свободно ориентироваться и со знанием дела использовать нормативную, учебную, научную, справочную литературу;
- продемонстрировать знание основных принципов и методов информационного обеспечения торговой и коммерческой деятельности (проведение маркетинговых исследований, в том числе осуществление сбора, обработки и анализа необходимой информации);
- умение работать с текстами действующих федеральных законов, нормативных и технических документов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

В частности, поступающий должен

Знать:

- основные понятия и категории торгового дела;
- сущность и механизм управления торговым предприятием;
- основные ресурсы и финансы торгового предприятия;
- общесистемные особенности организации торговых процессов розничной и оптовой торговой сети;
- организацию и роль товарных складов в торговой деятельности;
- финансы и планирование торговых предприятий;
- основные методы распространения товаров.

Уметь:

- проводить учет товаров и материальных ценностей;
- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение;
- использовать нормативные документы, регламентирующие деятельность торговых предприятий;
- планировать деятельность торгового предприятия;
- организовывать систему товароснабжения;
- рассчитывать товарные запасы торгового предприятия;
- проводить оценку финансового состояния торгового предприятия;
- организовывать торговые процессы оптовой и розничной торговой сети;
- формировать товарный ассортимент и обеспечивать его устойчивость;
- разрабатывать планировку товарных складов и их технологическое оснащение.
- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели деятельности предприятий;
- исследовать товарные рынки и формировать оптимальный торговый ассортимент.

Владеть:

- механизмом управления торговых предприятий на основе корпоративных стратегий маркетинга;
- современными методами планирования и управления хозяйственной деятельности оптовой и розничной торговой сети;
- принципами управления торговым маркетингом и корпоративными стратегиями маркетинга;
- методиками определения финансового состояния и эффективности торговой деятельности предприятия и расчета экономических показателей.
- опытом работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;
- искусством общения;

- навыками логико-методического анализа научного исследования и его результатов;

- методики системного анализа предметной области и проектирование профессионально-ориентированных информационных систем;

- методами проведения научно-исследовательских работ.

Знания абитуриентов при сдаче вступительных испытаний оцениваются по следующим критериям:

- вступительное испытание по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (квалификация: магистр) проводится в устной форме по вопросам программы вступительных испытаний. В экзаменационный билет входит три теоретических вопроса, каждый из которых относится к одной из указанных ниже дисциплин;

- кроме ответа на теоретические вопросы предполагается обсуждение предполагаемой темы исследования, уточнение области научных интересов, обсуждение выпускной квалификационной работы (бакалаврской или дипломной) и т.п.;

- вступительные испытания оцениваются по балльной системе.

Максимальная оценка вступительного испытания составляет 100 баллов.

Количество проходных баллов, которые должен набрать абитуриент – не менее 60.

Суммарное количество баллов вступительного испытания состоит из суммы баллов трех вопросов:

- первый вопрос – 0-34 баллов

- второй вопрос – 0-33 баллов

- третий вопрос – 0-33 баллов

Оценка ответа осуществляется по следующим критериям:

- точность и полнота использования понятийно-терминологического аппарата;

- сформированность теоретических знаний и специальных умений в области экономических знаний;

- умение решать профессиональные задачи в предметных областях;

- системность и осознанность усвоенных знаний и умений;

- логика изложения и последовательность конструирования ответа;

- аргументированность ответов;

- сформированность мотивации абитуриентов к педагогической и научно-исследовательской деятельности в области налогообложения.

Для выяснения глубины знаний абитуриентов предполагаются дополнительные (уточняющие) вопросы.

При оценке счет потерянных баллов ведется следующим образом:

- полностью отсутствует ответ - снимаются все баллы по данному вопросу;
- за неполный ответ баллы снимаются пропорционально объему изложенного материала;
- за фрагментарность ответа, отсутствие содержательных связей между отдельными его частями, отсутствие логики в изложении - до 50% баллов;
- за неполное или неправильное определение понятий, категорий, признаков, оснований классификации, ошибки в названиях, неправильное определение субъектов отношений, их правового статуса - до 30% баллов;
- за недочеты (неполная характеристика структурного элемента вопроса при изложении существенного материала, нарушение последовательности изложения и др.) - до 20% баллов.

По окончании устного ответа баллы, начисленные за каждое задание, суммируются.

Зачисление в магистратуру производится по результатам конкурсного отбора по максимальному количеству баллов.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Бизнес и предпринимательство

1. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства. Классификация субъектов предпринимательской деятельности. Признаки предпринимательской деятельности. Принципы предпринимательской деятельности. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя. Бизнес и предпринимательство.

2. Деловая среда предпринимательства Управление организационной системой. Анализ деловой среды. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.

3. Предпринимательская идея и ее выбор. Методы оценки новых идей. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя. Моделирование отличий товара, лежащего в основе деловой идеи.

4. Принятие предпринимательского решения. Типы предпринимательских решений. Экономические методы принятия предпринимательских решений.

Раздел 2. Маркетинг

1. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя.

2. Маркетинговые исследования. Сегментация. Выборы целевого рынка. Стратегии маркетинга. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

3. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Оценка и контроль маркетинга. Организация маркетинговых служб. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

Раздел 3. Коммерческая деятельность

1. Коммерческая деятельность. Понятие. Предмет и метод. Объекты и субъекты. Сферы применения. История развития в России и за рубежом. Роль в подготовке дипломированного специалиста коммерции.

2. Методологические основы: цели и задачи, структура и содержание: факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности, методы исследования, организации и моделирования.

3. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных

рынков, выбор товаров и формирование ассортимента, определение объемов закупок и продаж товаров, проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи; коммерческие взаиморасчеты. закупка и ставка товаров: формирование и планирование товарных запасов.

4. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.

Раздел 4. Организация предпринимательской деятельности

1. Основы предпринимательской деятельности. Сущность и основание черты предпринимательской деятельности. Виды и технология предпринимательской деятельности. Предпринимательский риск

2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Хозяйственные товарищества. Хозяйственные общества. Акционерные общества. Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Объединение предпринимательских организаций. Индивидуальное предпринимательство

3. Создание собственного дела. Общие вопросы создания собственного дела. Некоторые формы создания собственного дела. Государственная регистрация организации. Лицензирование деятельности организации

4. Прекращение деятельности организации. Формы реорганизации организации. Ликвидация юридического лица. Несостоятельность (банкротство) организаций.

Раздел 5. Товароведение и экспертиза товаров

1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости. основополагающие товароведные характеристики как-важные критерии конкурентоспособности товаров. Методы товароведения.

2. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.

3. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения. Безопасность и экологичность.

4. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение, управление качеством.

5. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.

6. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы. Организация и порядок проведения, документальное оформление.

7. Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.

Раздел 6. Маркетинговые коммуникации

1. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Сущность коммуникации. Особенности сложных систем применительно к маркетинговым коммуникациям. Виды коммуникационных моделей. Структура основных элементов коммуникационной модели. Виды коммуникаций. Коммуникационные системы. Функции коммуникаций.

2. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Рынок маркетинговых коммуникаций. Этапы развития маркетинговых коммуникаций. Понятие и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Цели, принципы ИМК. Причины создания ИМК.

3. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта. Преимущества и недостатки стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Типы стимулирования сбыта. Стратегии стимулирования сбыта. Формы стимулирования сбыта в торговле. Финансовые льготы и льготы в натуральном выражении.

Раздел 7. Торговое дело

1. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

2. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах. Стимулирование сбыта.

3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур.

4. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи (сбыта товаров), сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. Коммерческие инновации.

5. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.

6. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.)

Раздел 8. Коммерческая логистика

1. Концепция, метод и функции логистики. Прогнозирование требований к логистике. Стратегия и планирование в коммерческой логистике. Логистика закупок, логистика оптовых продаж. Система хранения и складской обработки.

2. Сервис в коммерческой логистике. Управление запасами, транспортные услуги. Информационное обеспечение логистики. Посредничество в логистике. Контроль и управление в коммерческой логистике.

3. Особенности логистики в отраслевых сферах

Вопросы на вступительный экзамен

1. Значение и место торговли в современной экономике.

2. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты, субъекты и цели предпринимательства.

3. Предприниматель как субъект экономического процесса. Права и обязанности предпринимателя.

4. Бизнес и предпринимательство.

5. Деловая среда предпринимательства

6. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства.

7. Предпринимательская идея и ее выбор.

8. Этапы создания предпринимательской идеи. Осмысление деловой идеи с позиции потребителя.

9. Принятие предпринимательского решения.

10. Экономические методы принятия предпринимательских решений.

11. Сущность, цели основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга.

12. Маркетинговая среда и ее структура.

13. Маркетинговые исследования.

14. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

15. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

16. Коммерческая деятельность. Понятие. Объекты и субъекты.

17. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности,

методы исследования

18. Хозяйственные связи и их роль в осуществлении коммерческой деятельности.
19. Составляющие коммерческой деятельности: исследование товарных рынков, выбор товаров.
20. Составляющие коммерческой деятельности: формирование ассортимента, определение объемов закупок и продаж товаров.
21. Составляющие коммерческой деятельности: проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи
22. Составляющие коммерческой деятельности: коммерческие взаиморасчеты, формирование и планирование товарных запасов.
23. Государственное регулирование коммерческой деятельности предприятий
24. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности.
25. Результаты коммерческой деятельности
26. Предпринимательский риск
27. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
28. Создание собственного дела. Общие вопросы создания собственного дела.
29. Прекращение деятельности организации.
30. Товароведение: основные понятия, цели и задачи.
31. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения.
32. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления.
33. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.
34. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения.
35. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, хранение.
36. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.
37. Экспертиза: понятие, цели и задачи.
38. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы.
39. Теоретические аспекты коммуникационного процесса. Виды коммуникаций.
40. Маркетинговые коммуникации. Сущность и основные элементы

комплекса маркетинговых коммуникаций.

41. Стимулирование сбыта (продаж). Сущность и роль стимулирование сбыта.

42. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

43. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности.

44. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий.

45. Особенности формирования ассортимента, организация закупок, товародвижения и продажи, сервисного обслуживания в предприятиях

46. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.

47. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг и др.)

48. Концепция, метод и функции логистики. Логистика закупок, логистика оптовых продаж.

49. Система хранения и складской обработки.

50. Сервис в коммерческой логистике. Особенности логистики в отраслевых сферах

3. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеев В.М. Экономическая теория: учебник для бакалавров / В.М. Агеев [и др.]. – М.: Дашков и К, 2020. — 696 с.
2. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: Учебник / Д.И. Валигурский. - 5-е изд.- М.: Дашков и К, 2019. - 520 с.
3. Валигурский Д.И. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Т.1: монография / Д.И. Валигурский [и др.]. - М.: Дашков и К, 2019. — 410 с.
4. Еремичева О.Ю. Теория и практика предпринимательства: учебно-методическое пособие / Еремичева О.Ю., Краскова Н.И. - Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019.
5. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров / Дубровин И.А. - М.: Дашков и К, 2019. — 432 с.
6. Захарова Ю.А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие / Захарова Ю.А – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 133 с.
7. Кузьмина Е.Е. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие для бакалавров / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. - М.: Юрайт, 2018. 475 с.
8. Катаев А. В., Катаева Т. М. Интернет-маркетинг: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2017. – 170 с.
9. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебное пособие / Кобелев О.А. – М.: Дашков и К, 2020. — 684 с.
10. Левкин Г.Г. Коммерческая логистика: теория и практика учебное пособие / Левкин Г.Г., Куршакова Н.Б. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. — 336 с.
11. Организация предпринимательской: учебное пособие/ Т.В. Буклей - М.: Дашков и К, 2019. 294 с.
12. Наточеева Н.Н. Банковское дело: учебник для бакалавров / Н.Н. Наточеева [и др.]. - М.: Дашков и К, 2019. - 270 с.
13. Романов А.Н. Предпринимательство: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Коммерция (торговое дело)» / А.Н. Романов [и др.]. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 689 с.
14. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 14-е изд.- СПб.: Питер, 2014. -800с.: ил.- (Серия «Классический зарубежный учебник).

15. Нуралиев С.У. Маркетинг: учебник для бакалавров / Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. - М.: Дашков и К, 2020. - 362 с.
16. Киселева Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Киселева Е.Н., Буданова. – М.: Синергия, 2019. – 125 с.
17. Палагин Ю.И. Логистика - планирование и управление материальными потоками: учебное пособие / Палагин Ю.И. – СПб.: Политехника, 2020. - 288 с.
18. Синяева И.М. Маркетинг в торговле: учебник для бакалавров / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. - М.: Дашков и К, 2018. — 396 с.
19. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебник/ Райкова Е.Ю.— Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2019. - 412 с.
20. Чалых Т.И. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: учебник для бакалавров / Т.И. Чалых [и др.]. - М.: Дашков и К, 2019. — 760 с.
21. Экономика предприятия: теория и практика: учебное пособие для СПО / А.Е. Кисова [и др.]. - Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2021. - 149 с
22. Экономическая теория. Теория и практика: учебно-методическое пособие / М.Н. Бесшапошный [и др.]. - М.: Ай Пи Ар Медиа, 2021. - 107 с.

3.3 Интернет-ресурсы:

1. Электронная информационно-справочная система Консультант Плюс.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks
<https://www.iprbookshop.ru/>
3. Госкомстат РФ. www.gks.ru
4. Электронно-библиотечная система «Лань». <https://e.lanbook.com/>
5. Электронно-библиотечная система «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА» <https://www.studentlibrary.ru/>
6. www.marketing.spb.ru - Энциклопедия маркетинга
7. www.ime-link.ru «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»
8. www.logistic.ru

