УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

 «МИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

##### УТВЕРЖДАЮ

Директор

 учреждения образования «Минский государственный финансово-экономический колледж»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.А.Бесько

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2025 г.

# Программа

**подготовки учащихся к государственному экзамену**

по специальности «Маркетинговая деятельность»

2024-2025 учебный год

МИНСК 2025

Разработчики программы: Кисель Е.Г., Стасевич С.С., Демьяненко И.А.

Рассмотрена и одобрена на заседаниях цикловых комиссий:

по специальностям «Маркетинговая деятельность», «Планово-экономическая и аналитическая деятельность»

Протокол № от

Председатель комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.Г. Кисель

по специальности «Финансовая деятельность»

Протокол № от

Председатель комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А. Демьяненко

**1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЭТАП**

**1.1. Учебный предмет «Финансы организаций»**

**Тема «Сущность и функции финансов организаций»**

**1. Раскройте сущность финансов организаций. Охарактеризуйте их назначение, принципы организации и функции.**

Сущность финансов организаций. Возникновение и необходимость финансов. Признаки финансов. Составные элементы финансов, их взаимосвязь. Функции финансов (распределительная, регулирующая, контрольная, стимулирующая). Принципы организации финансов (принцип самофинансирования, принцип обеспеченности, принцип самостоятельности, принцип контроля за результатами хозяйственной деятельности, принцип плановости). Возрастание роли финансов организаций в современных условиях хозяйствования.

**2. Раскройте сущность финансового механизма и опишите его элементы.**

Сущность финансового механизма. Финансовое обеспечение и финансовое регулирование. Составные элементы финансового механизма. Система финансовых рычагов и стимулов. Финансовые методы. Правовое, нормативное и информационное обеспечение финансового механизма. Финансовое обеспечение и финансовое регулирование. Финансовое законодательство и его роль в финансовом механизме).

**3. Охарактеризуйте понятия финансовых ресурсов и капитала организации. Опишите собственные и привлеченные источники финансирования ресурсов организации.**

Сущность и состав финансовых ресурсов организаций. Источники формирования финансовых ресурсов (собственные, заемные, привлеченные источники). Направления использования финансовых ресурсов. Понятие капитала организации. Виды капитала организации (уставный капитал, резервный капитал, добавочный капитал, активный капитал) источники его формирования и направления использования.

**Тема «Инвестиционная деятельность организаций»**

**4. Дайте характеристику инвестиционной деятельности организации. Опишите объекты и субъекты инвестиционной деятельности, приведите классификацию инвестиций.**

Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности организации. Объекты и субъекты инвестиционной деятельности, виды и формы инвестиций. Классификация инвестиций (по объекту вложения средств, по срокам, по субъектам инвестирования и др.). Инвестиции в ценные бумаги. Состав собственных и заемных источников финансирования инвестиций.

**5. Раскройте сущность капитальных вложений, их содержание и структуру. Опишите порядок и источники финансирования капитальных вложений.**

Понятие капитальных вложений как инвестиций в основные фонды организации. Воспроизводственная и технологическая структура капитальных вложений. Состав собственных и заемных источников финансирования капитальных вложений. План финансирования капитальных вложений и его разделы. Амортизационные отчисления как основной источник финансирования капитальных вложений.

**Тема 4. «Источники финансирования оборотных средств»**

**6. Дайте понятие оборотных средств, охарактеризуйте их состав, структуру, источники финансирования. Приведите методику расчета показателей эффективности использования оборотных средств.**

Понятие оборотных средств (ОбС), их состав, значение. Оценка эффективности использования ОбС: методика расчета показателей эффективности использования ОбС (коэффициент оборачиваемости, длительность одного оборота и т.д.) и их смысл. Источники финансирования оборотных средств (собственные, заемные, привлеченные). Пути повышения эффективности использования ОбС (ускорения оборачиваемости).

**Тема «Денежные расходы организаций»**

**7. Раскройте сущность расходов организации, приведите их классификацию и источники финансирования.**

Денежные расходы организации, их виды. Расходы по текущей, финансовой и инвестиционной деятельности, их состав. Классификация затрат по различным признакам (по связи с объемом производства, по способу отнесения на себестоимость, по экономическим элементам, по калькуляционным статьям и др.). Источники финансирования расходов организации.

**8. Раскройте сущность сметы затрат и калькуляции себестоимости единицы продукции, приведите методики их составления.**

Планирование расходов по текущей деятельности. Порядок определения себестоимости продукции (работ, услуг). Состав затрат, относимых на себестоимость. Плановая калькуляция и порядок ее составления. Калькуляционные статьи. Смета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг). Показатели анализа сметы затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг). Текущие затраты как объект финансового регулирования и контроля. Значение и пути снижения текущих затрат.

**Тема «Денежные доходы организаций»**

**9. Раскройте сущность выручки от реализации продукции (работ, услуг). Опишите порядок планирования и распределения выручки от реализации продукции (работ, услуг).**

Выручка от реализации продукции (работ, услуг). Значение выручки от реализации продукции (работ, услуг) и факторы определяющие ее величину. Порядок планирования выручки от реализации продукции (работ, услуг) методом прямого счета и расчетным методом. Состав и порядок распределения выручки от реализации продукции (работ, услуг).

**10. Дайте понятие цены, рассмотрите ее виды. Приведите расчет отпускной цены производителя.**

Понятие и значение цены как экономической категории. Характеристика видов цен (отпускная, оптовая, розничная, регулируемая). Роль государственного регулирования цен. Состав и расчет отпускной цены.

**Тема «Прибыль и рентабельность организаций»**

**11. Дайте понятие и раскройте сущность прибыли организации. Охарактеризуйте основные методы планирования прибыли в организациях, опишите порядок ее распределения.**

Понятие прибыли и ее значение в рыночных условиях. Виды прибыли и источники ее формирования: валовая прибыль, прибыль (убыток) от текущей деятельности, прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности, чистая прибыль. Порядок планирования прибыли от реализации продукции (работ, услуг) методом прямого счета, аналитическими методами. Общий порядок распределения прибыли.

**Тема 8. «Финансовое планирование и финансовый контроль в организациях»**

**12. Раскройте понятие, значение и задачи финансового планирования в организации. Опишите принципы и методы финансового планирования.**

Сущность финансового планирования, его значение и задачи. Принципы финансового планирования (принцип единства, принцип координации, принцип непрерывности, принцип гибкости, принцип платежеспособности, принцип баланса). Методы финансового планирования (расчетно-аналитичексий метод, нормативный метод, балансовый метод, метод экономико-математического моделирования).

**13. Раскройте понятие финансового плана организации. Опишите виды финансовых планов организаций и их содержание.**

Виды финансовых планов (по охвату планируемого периода, по форме, по сфере деятельности, по источникам информации, по методам разработки). Содержание финансовых планов: перспективных, годовых, оперативных. Финансовый раздел бизнес-плана и его показатели.

**14. Раскройте сущность и значение финансового контроля в организациях. Опишите его виды, формы и методы.**

Понятие финансового контроля, его особенности. Значение и задачи финансового контроля. Объекты и субъекты финансового контроля. Организация финансового контроля. Виды финансового контроля (общегосударственный, ведомственный, внутрихозяйственный, общественныый, аудиторский,). Формы финансового контроля (предварительный, последующий, текущий). Методы финансового контроля (наблюдение, обследование, проверка, финансовый надзор).

#### Тема 9. «Финансовое состояние организаций»

**15. Раскройте понятие финансового состояния организации, опишите его виды. Приведите методику расчета показателей, характеризующих финансовое состояние организации.**

Финансовое состояние организаций: понятие, важность оценки. Виды финансового состояния организаций (устойчивое, неустойчивое кризисное). Показатели, характеризующие финансовое состояние организаций (показатели ликвидности бухгалтерского баланса (коэффициент текущей ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности и др.), коэффициент финансовой зависимости, коэффициент финансовой независимости (автономии), коэффициент финансового риска), алгоритм их расчета. Методика оценки финансового состояния организаций.

**Тема 11. «Взаимоотношения организаций с банками»**

**16. Раскройте сущность организации кредитных отношений организаций с банками. Опишите основные виды и формы кредитов.**

Сущность кредита и его необходимость. Объекты кредита. Субъекты кредитных отношений. Кредитный договор. Принципы кредита (срочность, платность, возвратность). Понятие формы кредита и ее характеристика по различным признакам: по объекту кредита, назначению и роли кредита, виду кредитора и заемщика, условиям выдачи и возврата кредита, по срокам предоставления кредита и т. д. Формы кредита: банковский, коммерческий, лизинговый, факторинговый. Условия получения и порядок погашения кредита организациями.

**1.2. Учебный предмет «Логистика»**

**Тема** **«Основные понятия логистики»**

**1. Дайте понятие логистики, раскройте её сущность. Перечислите функции, задачи логистики.**

Логистика: понятие, сущность. Цели, задачи, функции логистики.

**2. Перечислите принципы логистики. Рассмотрите экономический эффект от использования логистики.**

Понятие логистики, принципы. Экономический эффект от использования логистики.

**3. Опишите предпосылки развития логистики, необходимость и возможность применения логистики. Назовите этапы развития логистики в экономике.**

Предпосылки развития логистики, необходимость и возможность применения логистики. Этапы развития логистики в экономике.

**4. Дайте понятие материального потока. Рассмотрите его виды, схемы движения.**

Понятие материального потока, классификация материальных потоков. Схемы движения материальных, информационных и финансовых потоков.

**5. Дайте понятие логистической операции, логистической цепи, логистической функции, раскройте их сущность.**

Понятие и сущность логистической операции, логистической цепи, логистической функции.

**Тема «Логистические системы и их виды»**

**6. Раскройте сущность логистической системы. Перечислите свойства логистических систем. Приведите методику расчёта точки безубыточности логистической системы.**

Понятие и сущность логистической системы, цели, свойства. Методика расчёта точки безубыточности логистической системы.

**7. Рассмотрите виды логистических систем и охарактеризуйте их.**

Виды логистических систем. Макрологистическая и микрологистическая системы.

**8. Раскройте сущность и охарактеризуйте функциональные области логистики.**

Характеристика функциональных областей логистики (закупочная, логистика запасов, производственная, транспортная, распределительная, логистика складирования, информационная, сервисная).

**9. Раскройте сущность логистической среды, рассмотрите её факторы.**

Сущность логистической среды (внутренней, внешней), ее факторы (эндогенные и экзогенные).

**Тема «Основы методологии в логистике»**

**10. Раскройте сущность и охарактеризуйте основные парадигмы логистики.**

Сущность и характеристика основных парадигм логистики (аналитическая;

маркетинговая; интегральная; технологическая (информационная); стратегическая).

**11. Раскройте сущность и охарактеризуйте концепции логистики.**

Понятие, сущность и характеристика концепций логистики (общих затрат; компромиссов; всеобщего управления качеством; цепочки ценностей; предотвращения подоптимизации; финансовых обменов).

**12. Назовите методы, используемые в логистике, и раскройте их сущность.**

Понятие, сущность и характеристика основных методов, используемых в логистике.

**13. Дайте понятие логистических издержек, раскройте их сущность. Рассмотрите состав логистических издержек.**

Понятие, сущность логистических издержек. Состав, учёт, пути снижения логистических издержек.

**Тема «Закупочная логистика»**

**14. Раскройте сущность закупочной логистики. Перечислите ее задачи, функции. Приведите методику определения потребности предприятия в материально-технических ресурсах.**

Закупочная логистика: понятие, сущность, задачи, функции. Планирование потребности в материально-технических ресурсах (метод прямого счета; метод динамических коэффициентов (метод индексов); метод рецептурного состава).

**15. Раскройте сущность управления поставками. Рассмотрите основные методы закупок. Рассмотрите основные стадии закупочного процесса.**

Управление поставками. Основные стадии закупочного процесса, методы закупок. Планирование параметров партий поставок.

**16. Рассмотрите критерии и методы оптимального выбора поставщиков. Раскройте сущность рейтингового метода выбора поставщика.**

Поиск поставщиков, критерии и методы оптимального выбора поставщиков, сущность рейтингового метода выбора поставщика.

**Тема «Логистика запасов»**

**17.** **Раскройте сущность логистики запасов, перечислите ее задачи. Дайте понятие материального запаса, перечислите виды материальных запасов. Приведите расчет оптимального размера материального запаса.**

Понятие, цели, функции, задачи логистики запасов. Причины запасообразования. Понятие материального запаса, классификация материальных запасов. Расчет оптимального размера запаса.

**18.** **Раскройте сущность систем управления запасами, охарактеризуйте их виды. Рассмотрите основные параметры систем с фиксированным размером запаса и фиксированным интервалом времени между поставками.**

Сущность и виды систем запасообразования. Системы управления запасами: система с фиксированным размером заказа, система с фиксированным интервалом времени между заказами, система «максимум-минимум». Нормирование запасов. Оптимизация размеров запасов. Параметры системы запасообразования, методика их расчёта.

**Тема «Производственная логистика»**

**19.** **Раскройте сущность производственной логистики. Перечислите ее задачи, функции. Рассмотрите логистическую концепцию организации производства и длительность производственного цикла как критерий ее оптимизации.**

Понятие, задачи, функции производственной логистики. Логистическая концепция организации производства. Цель производственной логистики. Эффективность применения логистического подхода к управлению материальными потоками в организации. Определение длительности производственного цикла обработки партии деталей при последовательном, параллельном и последовательно-параллельном способах организации производственного процесса, методика его расчёта.

**20.** **Раскройте сущность «толкающей» и «тянущей» систем управления материальным потоком в производстве. Охарактеризуйте системы управления материальными потоками в производстве:** **МРП-1, МПР-2, «Точно в срок», «Канбан».**

Сущность «толкающей» и «тянущей» систем управления материальными потоками в производстве. Сущность, задачи систем в производстве **МРП-1, МПР-2,** «точно в срок», «Канбан».

**Тема «Транспортная логистика»**

**21.** **Раскройте сущность транспортной логистики. Перечислите ее задачи. Объясните понятие груза и его классификацию.**

Транспортная логистика: понятие, сущность, задачи, функции. Роль транспорта в логистике. Транспортные коридоры. Понятие и классификация грузов. Транспортная характеристика грузов.

**22.** **Рассмотрите виды транспортных систем, типы транспортировки. Охарактеризуйте выбор способа транспортировки груза.**

Виды и характеристика транспортных систем (железнодорожная; автомобильная; морская; речная; воздушная; трубопроводная). Типы транспортировки грузов. Выбор способа транспортировки грузов. Выбор вида транспорта, выбор перевозчика.

**23. Раскройте сущность и состав логистических издержек на транспорте. Назовите пути их снижения. Раскройте сущность грузовых тарифов.**

Понятие, сущность, состав логистических издержек на транспорте. Пути снижения логистических издержек на транспорте. Экономическая сущность и определение грузовых тарифов.

**24. Перечислите и приведите методику расчёта технико-экономических показателей подвижного состава.**

Технико-экономические показатели подвижного состава и эффективности его использования.

**25. Дайте понятие маршрута грузопотока. Рассмотрите виды маршрутов. Раскройте сущность оптимизации маршрута грузопотока.**

Маршрутизация грузопотоков в логистике. Экономическая сущность и определение грузовых тарифов.

**Тема «Распределительная логистика»**

**26.** **Раскройте сущность распределительной логистики и каналов распределения. Перечислите задачи распределительной логистики. Охарактеризуйте системы управления распределением.**

Понятие, сущность, задачи распределительной логистики. Понятие, сущность, уровни каналов распределения. Основные типы посредников в каналах распределения и их сущность. Системы управления распределением: виды, сущность.

**27. Назовите основные группы посредников в каналах распределения и охарактеризуйте их.**

Типы посредников в каналах распределения, их характеристика.

**28. Рассмотрите взаимосвязь распределительной логистики и маркетинга.**

Взаимосвязь распределительной логистики и маркетинга, общие и отличительные признаки.

**Тема «Логистика складирования»**

**29.** **Раскройте сущность логистики складирования. Дайте понятие склада. Перечислите функции складов и рассмотрите их классификацию. Приведите методику расчета показателей технико-эксплуатационных свойств и эффективности функционирования склада.**

Понятие, сущность, задачи логистики складирования. Склады: понятие, назначение, классификация. Функции складов. Принципы логистической организации складских процессов. Технико-эксплуатационные показатели склада. Показатели, характеризующие эффективности функционирования склада.

**30. Назовите и охарактеризуйте методы определения оптимального месторасположения склада. Приведите методику** **определения координат оптимального месторасположения склада. Рассмотрите организацию логистического процесса на складе.**

Выбор оптимального варианта складской подсистемы: определение оптимального количества складов в зоне обслуживания, определения координат оптимального месторасположения склада, определение места расположения склада на обслуживаемой территории, оптимального радиуса обслуживания.

**Тема «Информационная логистика»**

**31. Раскройте сущность информационной логистики, перечислите ее задачи. Дайте понятие информационного потока. Рассмотрите классификацию информационных потоков.**

Понятие, сущность, задачи, цели информационной логистики. Информационное обеспечение в логистике. Информационный поток: понятие, сущность, классификация.

**32. Дайте понятие информационной системы. Перечислите функции и принципы построения информационных логистических систем. Рассмотрите виды информационных систем.**

Информационные системы в логистике. Виды информационных систем, принципы построения. Информационные технологии в логистике. Использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых товарных кодов.

**Тема «Логистический сервис»**

**33. Раскройте сущность сервиса в логистике. Приведите методику расчета уровня сервиса. Рассмотрите основные этапы формирования системы логистического сервиса.**

Понятие, сущность сервиса в логистике. Понятие и методика расчета уровня сервиса. Основные этапы формирования системы логистического сервиса.

Методы определения оптимального уровня логистического обслуживания: предпродажного; осуществляемого в процессе продажи; послепродажного.

### 1.3. Учебный предмет «Маркетинг»

**Тема «Маркетинговая среда»**

* 1. **Раскройте сущность маркетинговой среды. Перечислите контролируемые и неконтролируемые факторы, влияющие на деятельность организации. Дайте характеристику мико и макро-среде маркетинга.**

Определение маркетинговой среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы, влияющие на деятельность организации. Определение микро- среды маркетинга, факторы обеспечивающие жизнедеятельность организации: внутренняя среда и близкое окружение. Определение макро-среда маркетинга. Факторы макро-среды: экономическая среда, демографическая среда, природная среда, научно-техническая, политическая среда, культурная среда.

**Тема «Маркетинговая информационная система»**

* 1. **Раскройте сущность маркетинговой информационной системы. Дайте характеристику основным источникам формирования информационной системы.**

Определение информации. Классификация маркетинговой информации в зависимости от признаков: содержание информации, степень систематизации, источники информации, период, к которому относится информация, отношение к этапам принятия маркетинговых решений, характер информации, степень стабильности, периодичность поступления, тип.

**Тема «Маркетинговые исследования»**

* 1. **Раскройте сущность маркетингового исследования. Опишите кабинетные и полевые исследования. Дайте характеристику процессу маркетингового исследования.**

Определение маркетингового исследования. Основные направления маркетинговых исследований. Кабинетные и полевые исследования. Требования, предъявляемые к маркетинговым исследованиям. Процесс исследования: определение рыночной проблемы, разработка плана исследования, сбор информации, анализ собранной информации и ее интерпретация, обобщение результатов исследования и подготовка рекомендаций, принятие маркетингового решения.

**4. Дайте характеристику методам сбора первичной информации.**

Методы сбора информации полевого исследования: опрос, фокус-группа, наблюдение, имитация, эксперимент.

**5. Дайте характеристику исследованию рынка.**

Определение рынка с позиции маркетинга. Виды рынков. Понятие конъюнктуры рынка. Циклические и нециклические факторы; долговременные, среднесрочные и краткосрочные факторы; прогнозируемые и непрогнозируемые факторы, влияющие на конъюнктуру рынка. Показатели характеризующие конъюнктуру товарного рынка: масштаб рынка, степень сбалансированности, уровень цен, тип рынка, динамика рынка, степень деловой активности, сила и размах конкурентной борьбы, степень государственного регулирования данного рынка. Барьеры для попадания на рынок, коммерческие условия реализации товаров

**6. Опишите анализ конкурентной среды организации.**

Понятие конкуренции, конкурентная среда. Группы факторы, оказывающие влияние на состояние конкурентной среды: соперничество между конкурирующими на данном рынке продавцами; конкуренция со стороны товаров заменителей; угроза появления новых конкурентов; позиции поставщиков; позиции потребителей. Анализ конкурентов: определение конкурентов; определение стратегий конкурентов, определение целей конкурентов, оценка сильных и слабых сторон конкурентов; выбор направления атаки.

**7. Объясните модель потребительского поведения. Опишите факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.**

Основные группы покупателей и их специфические особенности. Простая модель покупательского поведения. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение: внешние и внутренние. Внешние факторы: факторы среды и маркетинговые. Внутренние факторы: психологические и личностные.

**8. Опишите процесс принятия решения о покупке. Дайте понятие удовлетворенности/неудовлетворенности потребителя.**

Процесс принятия решения о покупке: осознание потребности, поиск информации, оценка и выбор приемлемых вариантов, покупка, потребление, оценка товаров в процессе потребления, распоряжение товаром. Лояльный потребитель. Коэффициент лояльности. Матрица удовлетворенности/неудовлетворенности потребителя.

**Тема «Сегментирование рынка и позиционирование товара и предприятия»**

**9. Опишите сегментацию рынка. Изложите основные признаки сегментирования рынка.**

Определение сегментации рынка. Массовый, товарно-дифференцированный и целевой маркетинг, кастомизация. Основные признаки сегментирования рынка потребительских товаров: географические, демографические, социально-экономические, национально-культурные, личностные, поведенческие. Множественная сегментация.

**10. Изложите этапы проведения сегментирования. Опишите критерии выбора целевого рынка, охват целевого рынка.**

Определение сегментации рынка. Этапы сегментирования рынка: сегментация и определение правил сегментации; принятие решения о выборе целевого рынка (сегмента): оценка привлекательности сегмента, позиционирование и разработка комплекса маркетинга для каждого из сегментов.

**11. Дайте понятие позиционированию товара и организации. Изложите основные подходы и этапы позиционирования. Раскройте сущность перепозиционирования товара и организации.**

Определение позиционирования. Задачи и стратегии позиционирования. Этапы позиционирования: выбор критериев, определение показателей по выбранным критериям, построение карты восприятия, перепозиционирование и дифференциация.

**Тема «Сущность товарной политики»**

**12. Раскройте сущность товара как инструмента маркетинга.**

Понятие товарной политики, основные мероприятия товарной политики. Определение товара с позиции маркетинга: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, дополнительные выгоды.

**13. Изложите классификация потребительских товаров, товаров производственного назначения и услуг.**

Потребительские товары: повседневного спроса, тщательного выбора, престижные, пассивного спроса. Товары производственного назначения: основное и вспомогательное оборудование, сырье, материалы и готовые детали, полуфабрикаты, стационарные сооружения, вспомогательные материалы. Услуги: бытовые, деловые, социальные.

**14. Дайте характеристику товарной номенклатуре и ассортименту товаров. Опишите управление товарным ассортиментом.**

Определение товарной номенклатуры и ассортимента товаров. Факторы, влияющие на развитие товарного ассортимента. Принципы формирования товарного ассортимента. Управление товарным ассортиментом: широта, глубина, насыщенность, гармоничность.

**15. Раскройте сущность понятия новый товар. Опишите этапы разработки нового товара.**

Определение нового товара, новый товар для потребителя, новый товар для производителя. Этапы разработки нового товара: поиск идей о новом товаре, оценка и отбор наилучших идей о товаре, анализ возможных продаж и экономический анализ, разработка товара, пробный маркетинг производственное и коммерческое освоение товара.

**16. Изложите понятие и виды товарной конкуренции, конкурентоспособность товара и параметры, определяющие конкурентоспособность товара.**

Конкурентоспособность – одна из важнейших характеристик товара. Виды товарной конкуренции: функциональная, видовая, предметная (межфирменная). Определение конкурентоспособности. Параметры конкурентоспособности товара: технические, технико-экономические, организационно-коммерческие, сложившийся уровень репутации поставщика, характер межличностных отношений партнеров. Сводный показатель конкурентоспособности, цена потребления.

**17. Изложите маркетинговую деятельность на отдельных этапах жизненного цикла товара. Опишите матрицу «Бостон консалтинг групп».**

Понятие жизненного цикла товара. Маркетинговая деятельность на отдельных этапах жизненного цикла товара: этап выхода на рынок, этап роста, этап зрелости, этап спада. Жизненный цикл товара и матрица «Бостон консалтинг групп»: «Звезды», «Дойные коровы», «Трудные дети», «Собаки».

**Тема «Основные инструменты товарной политики»**

**18. Опишите товарный знак, торговую марку, брэнд и брэндинг. Раскройте сущность фирменного стиля.**

Определение товарного знака, торговой марки. Виды товарных знаков. Основные требования, предъявляемые в отношении товарного знака: индивидуальность, простата, узнаваемость, привлекательность для потребителя, охраноспособность. Основные правила использования товарного знака. Правовая охрана товарного знака. Понятие брэнда и брэндинга. Два подхода к определению брэнда. Определение фирменного стиля, функции и преимущества использования фирменного стиля. Основные элементы фирменного стиля: товарный знак; фирменная шрифтовая надпись (логотип); фирменный блок; фирменный лозунг (слоган); фирменный цвет (цвет); фирменный комплект шрифтов; корпоративный герой; постоянный коммуникант (лицо фирмы); фирменная одежда.

**19. Дайте характеристику упаковке и маркировке товара.**

Определение упаковки, функции упаковки: защита товара от возможных повреждений; сохранность потребительских свойств товара; создание рациональных единиц груза для погрузки, выгрузки товаров, транспортировки и складирования; создание оптимальных по массе и объему единиц товара для продажи; содействие продвижению товара на рынок. Упаковка – элемент реализации маркетинга. Определение маркировки, функции: информативная, идентифицирующую, эмоциональную, мотивационную. Структура маркировки. Производственная маркировка: этикетка, кольеретка, вкладыш, ярлыки и бирки, контрольная лента, клейма и штампы. Торговая маркировка.

**Тема «Сущность политики распределения»**

**20. Опишите каналы распределения, структуру канала распределения, уровень канала распределения.**

Определение политики распределения и канала распределения. Выгоды обращения к посредникам. Основные функции каналов распределения. Уровни каналов распределения потребительских и производственных товаров, услуг.

**21. Изложите критерии выбора канала распределения, охват рынка, затраты и контроль.**

Факторы выбора каналов распределения. Основные показатели выбора каналов распределения: затраты, охват рынка, контроль. Типы каналов распределения: интенсивное, выборочное, эксклюзивное.

**22. Дайте характеристику типам и причинам конфликтов в маркетинговых каналах. Изложите управление конфликтами в каналах распределения.**

Определение канала распределения. Типы конфликтов в маркетинговых каналов: вертикальный, горизонтальный, межканальный. Причины конфликтов. Механизмы, позволяющие урегулировать возникающие противоречия между участниками канала распределения.

**Тема «Развитие новых форм маркетинговой деятельности»**

**23. Опишите новую форму маркетинговой деятельности интернет-маркетинг.**

Отличия интернет-маркетинга от офлайн-маркетинга. Основные функции интернет-маркетинга. Виды интрнет-маркетинга**:** поисковой и мобильный маркетинг; социальный маркетинг; интернет-реклама; контент-маркетинг; e-mail-маркетинг.

**Тема «Сущность ценовой политики»**

**24. Изложите понятие базового уровня цены. Охарактеризуйте методы установления базовой цены.**

Понятие базовой цены, основные подходы к установлению базовой цены: свободное установление цен и использование прейскурантных цен. Методы установления цены на основе затрат. Определение цены с ориентацией на спрос. Определение цены с ориентацией на уровень конкуренции. Установление цен на новые товары: метод «снятия сливок», метод проникновения на рынок, установление цены на новый товар-имитатор. Установление цен в рамках товарного ассортимента: метод ценовых линий, установление цены на дополняющие товары, установление цены на обязательные принадлежности, установление цены на побочные продукты производства. Пакетное ценообразование.

**Тема «Управление ценами»**

**25. Изложите психологические аспекты установления цен, политику скидок.**

Необходимость управления ценами. Психологические аспекты установления цен: установление стандартных цен; установление престижных цен; установление неокругленных цен; стимулирующее ценообразование. Основные скидки: функциональные, количественные, временные сконто, зачеты. Виды распродаж.

**Тема «Сущность коммуникационной политики»**

**26. Опишите формирование коммуникаций, факторы, влияющие на коммуникационную политику. Изложите определение затрат на коммуникационную политику.**

Основные элементы коммуникаций: отправитель, кодирование обращения, средство распространения, расшифровка, получатель, ответная реакция, обратная связь, помехи. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями. Факторы, определяющие структуру комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы определения затрат на коммуникационную политику: фиксированного процента, конкурентного паритета, максимального дохода, соответствия целям и задачам, исчисления с учетом наличия средств.

**27. Дайте характеристику инструментам коммуникационной политики.**

Основные инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, спонсорство, связи с общественностью, прямой маркетинг.

**Тема «Основные инструменты коммуникационной политики»**

**28. Дайте характеристику рекламе, опишите осуществление рекламной деятельности.**

Определение рекламы. Классификация рекламы в зависимости от признаков: по направленности, в зависимости от используемых средств распространения, по содержанию. Задачи рекламы на отдельных этапах жизненного цикла товара. План рекламной деятельности: постановка задач рекламной деятельности, разработка рекламного бюджета, разработка рекламного обращения, выбор средства и установка времени рекламного обращения, оценка эффективности рекламной деятельности.

**29. Опишите стимулирование продаж. Дайте характеристику основным этапам и методам стимулирования продаж.**

Определение стимулирования сбыта. Основные этапы мероприятий по стимулированию сбыта: постановки задач стимулирования, определение методов стимулирования, разработка программы стимулирования, осуществление программы стимулирования, оценка результатов стимулирования.

**30. Опишите личную продажу. Приведите основные характеристики личной продажи. Опишите этапы личной продажи.**

Определение личной продажи. Основные характеристики личной продажи. Этапы личной продажи: установление целевой аудитории, подготовка контакта с аудиторией, завоевание и расположение аудитории, представление товара, преодоление возможных сомнений и возражений, завершение продажи, послепродажные контакты с покупателем.

**31. Опишите виды ярмарок и выставок. Дайте характеристику этапам подготовки и проведения выставки.**

Определение ярмарки, выставки. Виды ярмарок и выставок. Характеристика этапов подготовки и проведения выставки (ярмарки): принятие решения об участии и определение целей, этап подготовки, стадия работы, послеярмарочная (послевыставочная) деятельность.

**Тема «Сущность управления маркетингом»**

**32. Опишите основные функции управления маркетингом, организацию маркетинга, структуру управления маркетингом.**

Понятие управления маркетингом. Основные задачи и функции управления маркетингом. Организация маркетинга. Структуры управления маркетингом: функциональная, товарная, региональная, матричная.

**Тема «Реализация функций управления маркетингом»**

**33. Опишите контроль и ревизию маркетинговой деятельности.**

Определение маркетингового контроля, требования, предъявляемые к маркетинговому контролю, основные этапы проведения маркетингового контроля. Ежегодный плановый контроль, контроль прибыли, контроль эффективности, ревизия маркетинговой деятельности.

**1.4. Учебный предмет «Маркетинг по видам экономической деятельности»**

**Тема «Содержание и особенности промышленного маркетинга»**

* + - 1. **Опишите различия между потребительскими и промышленными рынками.**

Предмет и объект промышленного маркетинга, основные характеристики промышленных рынков, особенности маркетинговой деятельности в отраслях промышленного производства. Отличия по числу производителей, покупателей, характеристика спроса на каждом виде рынка, специфика принятия решения о покупке, виды закупок на каждом виде рынка, отношение к лизингу на каждом виде рынка.

**Тема «Промышленные покупатели»**

* + - 1. **Опишите промышленных покупателей и их сегментацию.**

Понятие и сущность сегментирования промышленных рынков. Основные методы сегментирования рынков организации, критерии макро-сегментирования( масштаб организации, отрасль, географическое положение) и микро-сегментирования (критерии выбора, структура закупочного центра, процесс принятия решений, категория покупок, организация закупок, организационное новаторство).

* + - 1. **Опишите факторы, оказывающие влияние на поведение организации-покупателя продукции производственно-технического назначения. Изложите процесс принятия решения о закупке продукции производственно-технического назначения.**

 Факторы, оказывающие влияние на предприятие-покупателя. Внешние факторы: поведенческие и маркетинговые. Внутренние факторы: организационные, межличностные, личностные. Характеристика процесса промышленных закупок: осознание потребности, формирование закупочного центра, разработка спецификаций товаров, поиск поставщиков, запрос предложений от поставщиков, оценка предложений, выбор поставщиков, заключение контракта, оценка работы поставщика. Типы деловых закупок: повторная закупка без изменений, повторная закупка с изменениями, закупка для решения новых задач.

**Тема «Формирование стратегий промышленного маркетинга»**

* + - 1. **Дайте понятие стратегическому и тактическому маркетинговому планированию в организациях. Опишите структуру плана маркетинга.**

Понятие и сущность стратегического и тактического планирования на предприятии. Составляющие стратегического маркетингового планирования. Этапы стратегического планирования. Основные разделы плана маркетинга: исходные показатели деятельности организации, оценка текущей маркетинговой ситуации, имеющиеся опасности и возможности, цели и задачи, стратегии маркетинга, программа действий, бюджеты, порядок контроля.

* + - 1. **Дайте понятие стратегии промышленного маркетинга. Опишите типы стратегий: защитные, развивающие, атакующие.**

Определение стратегии. Типы стратегий: защитные, развивающие, атакующие. Базовые стратегии: стратегия лидерства в издержках, стратегия дифференциации, стратегия концентрации. Стратегии роста: интенсивного роста, интеграция, диверсификация. Стратегии сокращения. Конкурентные стратегии.

**Тема «Маркетинг в строительных организациях»**

* + - 1. **Дайте понятие и особенности строительного рынка, маркетинговой среды строительства. Объясните особенности строительной продукции как товара, сегментирование рынка и позиционирование строительной продукции на рынке.**

Определение строительного рынка и его особенности. Характеристика микросреды, макросреды, внутренней среды маркетинга строительства. Особенности строительной продукции. Сегментирование рынка в строительной отрасли, основные признаки сегментирования: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие, ситуационные. Правила сегментации. Позиционирование строительной продукции на рынке, приемы позиционирования.

**Тема «Особенности рынков в комплексе агробизнеса»**

**7. Опишите сферы комплекса агробизнеса и маркетинговую среду агробизнеса. Изложите особенности рынков в комплексе агробизнеса.**

Основные сферы агробизнеса: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая среда. Особенности рынков в комплексе агробизнеса: переплетение производственных и экономических процессов с природными и биологическими процессами; сезонность, длительность производственно цикла, плодородие земли, неустойчивость по отношению к погодным условиям. Типы рынков внутри маркетинговой среды

**Тема «Маркетинг в торговле»**

8. **Раскройте специфику маркетинговой деятельности в розничной торговле. Опишите стратегии розничной торговли.**

Задачи маркетинга в сфере товарообращения со стороны потребителей и со стороны товаропроизводителей. Особенности розничной торговли: разработка маркетинговых стратегий, проведение маркетинговых исследований. Разработка комплекса маркетинга, решения по подбору торгового персонала. Стратегии розничных торговых организаций: ориентация на уникальность, на низкие цены, на добавленную полезность. Основные решения, принимаемые розничными торговцами. Типичные услуги, оказываемые розничными магазинами.

**9. Объясните особенности маркетинга в оптовой торговле.**

Цель маркетинга оптовой торговли. Основные маркетинговые задачи организаций оптовой торговли: разработка маркетинговых стратегий, проведение маркетинговых исследований, организация оптовых закупок, маркетинг-логистика, маркетинг сбыта, организация мерчендайзинга. Основные особенности маркетинга в оптовой торговле.

**Тема «Особенности банковского маркетинга»**

**10. Изложите особенности рынка банковских услуг. Опишите основные направления маркетинговой деятельности банка.**

Особенности рынка банковских услуг. Основные направления маркетинговой деятельности банка: исследования рынков капитала, исследования потребителей банковских услуг, система доставки банковских услуг на рынок, ценовая политика.

**Тема «Маркетинг в страховом бизнесе»**

**11. Раскройте особенности маркетинга страховой организации. Опишите основные направления маркетинговой деятельности страховой организации.**

Определение страхового маркетинга, Особенности страхового маркетинга. Основные направления маркетинговой деятельности страховой компании: исследование рынка, разработка требований к страховым продуктам, продвижение страховых продуктов на рынок, система доставки страховых продуктов на рынок.

**Тема «Туристический маркетинг»**

**12. Раскройте сущность туристического рынка. Изложите сегментирование туристического рынка. Изложите основные направления маркетинговой деятельности туристических организаций.**

Понятие туристического рынка, услуги и туристического продукта, структура туристического продукта. Признаки сегментирования туристического рынка. Основные направления маркетинговой деятельности туристических организаций: исследование маркетинговой среды и создание информационно-аналитической базы данных, формирование номенклатуры услуг и разработка требований к ним, ценовая политика, коммуникационная политика.

**Тема «Особенности маркетинга гостиничного бизнеса»**

**13. Изложите особенности маркетинга гостиничных услуг. Опишите основные направления маркетинговой деятельности в гостиничной отрасли.**

Особенности маркетинга гостиничных услуг. Понятие и структура гостиничной услуги, классификация гостиниц, обязательные и дополнительные гостиничные услуги. Основные направления маркетинговой деятельности в гостиничной отрасли: исследование рынка гостиничных услуг, разработка новых гостиничных услуг и требований к ним, ценовая политика, система распределения гостиничных услуг, коммуникационная политика.

**Тема «Маркетинг в рекламном бизнесе»**

**14. Изложите особенности маркетинга на рынке рекламы. Опишите основные виды рекламных агентств и дайте им характеристику.**

Определение рынка рекламы. Особенности маркетинга на рынке рекламы. Определение понятия рекламного агентства. Виды рекламных агентств: полного цикла и специализированные, их основные функции.

**«Особенности маркетинга гостиничного бизнеса»**

**15. Изложите классификацию услуг в ресторанном бизнесе. Дайте характеристику особенностям маркетинга ресторанного бизнеса. Охарактеризуйте основные направления маркетинговой деятельности в ресторанном бизнесе.**

Классификация услуг в ресторанном бизнесе. Особенности маркетинга ресторанного бизнеса. Основные направления маркетинговой деятельности в ресторанном бизнесе.

**Тема «Некоммерческий маркетинг»**

**16. Изложите особенности некоммерческого маркетинга. Опишите стратегии некоммерческого маркетинга**

 Сущность некоммерческого маркетинга, цели и субъекты некоммерческого маркетинга. Эффект маркетинговой деятельности в некоммерческих организаций, достигаемый в социальной и экономической сферах. Стратегии некоммерческого маркетинга.

**«Маркетинг в здравоохранении»**

**17. Дайте понятие маркетингу в фармации. Перечислите особенности маркетинга в фармации. Изложите основные направления маркетинговой деятельности в фармации.**

Понятие маркетинга в фармации. Особенности маркетинга в фармации. Основные направления маркетинговой деятельности в фармации.

**2. ПРАКТИЧЕСКИЙ ЭТАП**

**2.1. Учебный предмет «Финансы организаций»**

**Тема «Инвестиционная деятельность организаций»**

1. Задача по расчету эффективности инвестиционного проекта (экономии условно-годовой, коэффициента экономической эффективности и срока окупаемости инвестиций).

2. Задача по расчету амортизации основных средств методом суммы чисел лет.

3. Задача по расчету амортизации основных средств методом уменьшаемого остатка.

**Тема «Источники финансирования оборотных средств»**

4. Задача по расчету длительности оборота, коэффициента оборачиваемости (количества оборотов) и коэффициента загрузки оборотных средств (ОбС).

**Тема «Денежные расходы организаций»**

5. Задачи по составлению плановой калькуляции.

6. Задачи по составлению сметы затрат на производство продукции, работ, услуг.

**Тема «Денежные доходы организаций»**

7. Задача по определению отпускной цены изделия и прибыли от реализации продукции.

8. Задачи по расчету выручки от реализации продукции методом прямого счета.

**Тема «Прибыль и рентабельность организаций»**

9. Задачи по расчету прибыли от реализации продукции и прибыли валовой.

10. Задача по расчету валовой выручки и валовой прибыли от реализации продукции.

11. Задача по расчету полной себестоимости реализованной продукции и прибыли от реализации продукции.

 **Тема «Финансовое планирование и финансовый контроль в организациях»**

12. Задача по расчету суммы денежных средств для платежного календаря организации.

#### Тема «Финансовое состояние организаций»

13. Задача по расчету коэффициентов ликвидности бухгалтерского баланса и определению платежеспособности организации.

 **2.2. Учебный предмет «Логистика»**

**Тема «Логистические системы и их виды»**

1. Задача на определение точки безубыточности для предприятий логистической системы.
2. Задача на определение точки безубыточности для предприятий логистической системы.

**Тема «Закупочная логистика»**

1. Задача на определение потребности в материале.
2. Задача на определение оптимального размера заказа, числа поставок, интервала между поставками.
3. Задача на определение оптимального размера заказа, числа поставок, интервала между поставками.
4. Задача на определение оптимального количества закупаемых товаров; оптимального числа заказов.
5. Задача на определение потребности в материале.
6. Задача на определение брутто-потребности в материале.
7. Задача на определение брутто-потребности и нетто-потребности в материале.
8. Задача на определение оптимального поставщика.

**Тема «Логистика запасов»**

1. Задача на определение суммарных годовых затрат на хранение, пополнение и приобретение запасов продукции.
2. Задача на расчет основных параметров системы управления запасами с фиксированным размером заказа.
3. Задача на расчет основных параметров системы управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами.
4. Задача на расчет основных параметров системы управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами.

**Тема «Производственная логистика»**

1. Задача на определение рационального размещения предприятия.
2. Задача на определение наиболее выгодного способа организации производственного процесса.
3. Задача на определение длительности производственного цикла при последовательном способе передачи деталей с операции на операцию.
4. Задача на определение наиболее выгодного способа организации производственного процесса.

**Тема «Транспортная логистика»**

1. Задача на определение необходимого количества автомобилей для перевозки груза при маятниковом маршруте.
2. Задача на определение необходимого количества автомобилей для перевозки груза.
3. Задача на определение общих затрат на транспортировку при доставке грузов и определение оптимального варианта доставки.

**Тема «Распределительная логистика»**

22. Задача на выбор системы распределения.

23. Задача на определение наиболее рациональное размещение предприятия.

24. Задача на выбор канала товародвижения по критерию эффективности.

Тема «Логистика складирования»

25. Задача на определение оптимального радиуса склада.

26. Задача на определение координат распределительного склада.

27. Задача на определение полезной площади участка склада.

28. Задача на определение центра размещения нового складского помещения.

29. Задача на определение оптимального радиуса склада.

Тема «Информационная логистика»

30. Задача на определение верности штрих-кода.

31. Задача на определение верности штрих-кода.

Тема «Cервис в логистике»

32. Задача на определение уровня логистического сервиса.

33. Задача на определение уровня логистического сервиса.

* 1. **. Учебный предмет «Маркетинг»**

**«Маркетинговые исследования»**

1. Задача по определению доли рынка в номинальном и денежном выражении.
2. Задача по определению емкости и доли рынка.
3. Задача по расчету дополнительной прибыли при изменении доли рынка.
4. Задача по определению емкости локальных рынков.
5. Задача по определению объема продаж в натуральных величинах на каждом сегменте рынка.
6. Задача по определению потенциала рынка.

**Тема «Поведение потребителей»**

1. Задача по определению показателя лояльности покупателей к торговым маркам.

**Тема «Сущность товарной политики»**

1. Задача по определению конкурентоспособности товара по цене потребления.
2. Задача по определению сводного интегрального индекса конкурентоспособности товара.
3. Задача по определению конкурентоспособности товара по цене потребления и экономии потребителя.
4. Задача по определению широты, глубины, насыщенности и гармоничности товарного ассортимента.
5. Задача по определению показателей обновления товарного ассортимента.
6. Задача по определению выполнения плана по объему оказанных услуг и ассортименту.
7. Задача по определению минимального безубыточного объема продаж продукции.
8. Задачи по определению безопасного выхода на рынок новой продукции.

**Тема «Сущность ценовой политики»**

1. Задача по определению равновесной цены на рынке.
2. Задача по определению минимального повышения цены на товар.
3. Задача по определению эластичности спроса на товары и разработке рекомендаций по ценовой политике.
4. Задача по определению предельной, целевой и безубыточной цены.
5. Задача по определению базовой цены товара.

**Тема «Сущность политики распределения»**

1. Задача по определению эффективности канала распределения.
2. Задача по определению охвата рынка.
3. Задача по определению доли рынка организации сферы общественного питания.
4. Задача по определению минимального количества торговых представителей для организации продаж.

**Тема «Сущность коммуникационной политики»**

1. Задача по определению нового маркетингового бюджета на коммуникационную политику.
2. Задача по определению расходов на продвижение методом фиксированного процента и конкурентного паритета.

**Тема «Основные инструменты коммуникационной политики»**

1. Задача по определению рентабельности рекламы и экономического эффекта от рекламирования.
2. Задача по определению экономического эффекта от рекламирования.
3. Задача по определению эффективности рекламных акций.
4. Задача по определению рейтинга и доли аудитории телепередачи.

**Тема «Реализация функций управления маркетингом»**

1. Задача по оценке эффективности работы каждого подразделения отдела маркетинга.
2. Задача по усовершенствованию структуры управления маркетингом.
3. Задача по определению расходов на маркетинг.

**2.4. Учебный предмет «Маркетинг по видам экономической деятельности»**

**Тема «Промышленные рынки»**

1. Задача по определению рыночного потенциала отрасли.
2. Задача по определению цены потребления и соотношения расходов в эксплуатации к цене товара.
3. Задача по определению базовой цены на товар затратным методом.
4. Задача по определению базовой цены с учетом транспортных расходов.
5. Задача по определению базовой цены с учетом транспортных расходов.

**Тема «Особенности маркетинговой деятельности в аграрном бизнесе»**

1. Задача по определению места хранения сельскохозяйственной продукции.
2. Задача по определению емкости и доли рынка сельскохозяйственной продукции.
3. Задача по определению диапазона скидки на продовольственный товар.

**Тема «Маркетинг в торговле»**

1. Задача по определению скидок на продукцию в торговых организациях.
2. Задача по определению торговой надбавки.
3. Задача по определению экономического эффекта от распродажи.

**Тема «Маркетинг в рекламном бизнесе»**

1. Задача по определению эффективности размещения рекламных объявлений в прессе.
2. Задача по определению эффективности размещения рекламных объявлений методом «директ-мейл».
3. Задача по определению размещения рекламы методом «затраты на заказ» в журнале.
4. Задача по определению размещения рекламы на радио.
5. Задача по определению охвата аудитории и частоту восприятия рекламы.
6. Задача по определению розничной цены с торговой надбавкой и наценкой на одно блюдо.

 **3. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ**

### 3.1. Учебный предмет » Финансы организаций»

1. Верезубова, Т.А. Теория финансов / Т.А. Верезубова [и др.].– Минск : БГЭУ, 2022. –367 с.

2. Мельникова, Н.А. Финансы и кредит / Н.А. Мельникова, Т.Г. Струк. – Минск: РИПО, 2022. – 276 с.

3. Пузанкевич, О.А. Финансы организаций / О.А. Пузанкевич [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2023. – 226 с.

4. Уласевич, Ю.М., Финансы. Практикум / Ю.М.Уласевич, Т.Е. Бондарь. – Минск : БГЭУ, 2023. – 322 с.

**3.2. Учебный предмет «Логистика»**

1. Аникин, Б. А. Логистика: учебник / под ред. Б.А. Аникина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М: ИНФРА-М, 2022. – 320 с.

2. Григорьев, М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика: учебник для вузов / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. – 3-е изд., испр. и доп. –
М: Издательство Юрайт, 2024. – 507 с.

3. Дроздов, П. А. Логистика: учебное пособие / П. А. Дроздов. – 2-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2022. – 460 с.

4. Маликова, Т. Е. Склады и складская логистика: учебное пособие для вузов /
Т. Е. Маликова. – М: Издательство Юрайт, 2023. – 157 с.

5. Неруш, Ю. М. Логистика: учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. – 5-е изд., перераб. и доп. – М: Издательство Юрайт, 2024. – 454 с.

6. Овечкина, О. М. [Логистика](https://elcat.bntu.by/index.php?url=/notices/index/642815/default/109005): учебно-методическое пособие для студентов, аспирантов и слушателей экономических специальностей / О. М. Овечкина. – Минск: Амалфея, 2020. – 215 с.

7. Концепция развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 г.: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 28.12.2017 №1024. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 10.01.2018, 5/44658.

**3.3. Учебный предмет «Маркетинг»**

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2020. – 541 с.

2. Дурович, А.П. Основы маркетинга: учебное пособие для учащихся учреждения образования, реализующих образовательные программы профессионально-технического образования по специальности «Коммерческая деятельность» и образовательные программы среднего специального образования/ А.П. Дурович. – Минск: РИПО, 2021. – 291 с.

3. Дурович, А.П. Теория маркетинга: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: РИПО, 2023. – 580 с.

4. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З.: в ред. от 22 апреля 2024 № 365-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.04.2024, 2/385.

 5. О рекламе: Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. №225-З.: в ред. от 6 января 2024 г. № 353-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2024, 2/3073.

6. О товарных знаках и знаках обслуживания: Закон Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. №2181-XII: в ред. от 9 января 2023 г. № 243-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 12.01.2023, 2/2963.

**3.4. Учебный предмет «Маркетинг по видам экономической деятельности»**

1. Абаев, А. .Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник./ А.Л. Абаев, В. А. Алексунин, М.Т. Гуриева – Москва: Издательско-тороговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 433 с.

2. Чернышова, А. М. Промышленный (В2В) маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышова, Т.Н. Якубова. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 472 с.