

Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе учреждения
образования «Витебский государственный
технологический университет»

_____ Петюль И.А.

« 27 » июня 2024г.

Регистрационный № _____

ПРОГРАММА

государственного экзамена по специальности:

1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

2024 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

О.П. Советникова, заведующий кафедрой «Маркетинг и финансы», учреждения образования «Витебский государственный технологический университет» к.э.н., доцент

_____ О.П. Советникова

Е.Н. Домбровская, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и финансы» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

_____ Е.Н. Домбровская

О.Н. Жучкевич, старший преподаватель кафедры «Маркетинги финансы» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»

_____ О.Н. Жучкевич

Е.С. Грузневич, старший преподаватель кафедры «Экономика и электронный бизнес» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»

_____ Е.С. Грузневич

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой «Маркетинг и финансы» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»

(протокол № 12 от 20.05.2024)

Советом заочного факультета учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»

(протокол № 9 от 24.05.2024)

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Одной из форм итоговой аттестации студентов при освоении образовательных программ для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» является государственный экзамен по специальности (специализации).

Цель государственного экзамена является выявление уровня и качества теоретической и практической готовности выпускника, необходимых для выполнения задач в профессиональной и социальной деятельности.

Задача государственного экзамена:

оценка системности и полноты знаний выпускника;
оценка умения грамотно и логически последовательно излагать ответы на вопросы, обосновывать собственные выводы;
оценка уровня сформированности профессиональных компетенций;
оценка соответствия подготовки выпускника квалификационным требованиям образовательного стандарта;
оценка степени готовности к самостоятельной профессиональной деятельности.

Студентам рекомендуется использовать при подготовке к государственному экзамену курсы лекций по данным дисциплинам, перечень основной и дополнительной литературы, перечень вопросов к государственному экзамену.

Программа государственного экзамена по специальности разработана учреждением образования «Витебский государственный технологический университет» в соответствии с образовательным стандартом ОСВО 1-25 01 10-2021, учебным планом по специальности, специализации, правилами проведения аттестации студентов, а также на основе учебных программ: УД-251-23/уч. «Коммерческая деятельность» от 25.05.2023 г., УД-193-22/уч. «Организация и технология торговли» от 26.05.2022 г., УД-166-22/уч. «Экономика отрасли» от 26.05.2022 г.

Порядок проведения государственного экзамена

Экзамен проводится на русском или белорусском языке. На подготовку к ответу обучающемуся отводится не менее 30 минут (но не более 1 астрономического часа). Время, которое отводится на ответ одного экзаменуемого, – до 30 минут. Для уточнения экзаменационной отметки студенту могут быть заданы дополнительные вопросы (не более трех) в соответствии с программой государственного экзамена.

Согласно учебному плану государственный экзамен проводится:

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

2 СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Сущность, принципы, задачи и направления коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг.

Понятие, принципы и задачи коммерческой деятельности. Сущность и взаимосвязь различных направлений коммерческой деятельности. Виды коммерческих сделок и коммерческих операций.

2. Управление коммерческой деятельностью в организациях промышленности и торговли.

Значение, задачи и структуры управления коммерческой деятельностью в организациях промышленности и торговли. Функции управления коммерческой деятельностью и особенности их реализации. Направления совершенствования управления коммерческой деятельностью в современных условиях.

3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности: значение, источники и виды коммерческой информации.

Значение информационного обеспечения коммерческой деятельности. Виды коммерческой информации и источники ее получения. Понятие коммерческой тайны и способы ее защиты.

4. Виды, факторы формирования и методы изучения потребительского спроса в организациях торговли.

Понятие спроса. Виды спроса. Факторы формирования потребительского спроса в торговле. Содержание и особенности использования различных методов изучения спроса в торговых организациях.

5. Понятие и показатели рыночной конъюнктуры. Особенности оценки емкости рынка.

Понятие конъюнктуры рынка. Значение и показатели оценки рыночной конъюнктуры. Способы определения емкости рынка.

6. Сущность, задачи и методы прогнозирования рынка.

Сущность и задачи прогнозирования рынка. Особенности использования экспертных методов прогнозирования. Виды и особенности разработки прогнозов с использованием статистических методов.

7. Сущность, показатели и методы формирования ассортимента в торговых организациях.

Понятие ассортимента товаров и факторы его формирования в торговых организациях. Показатели состояния ассортимента. Сущность и особенности использования методов формирования ассортимента в современных условиях.

8. Контроль и анализ ассортимента: сущность, значение и методы.

Показатели контроля ассортимента товаров в торговле и особенности их современного использования. Сущность и значение ABC- и XYZ- анализа ассортимента. Особенности оценки товарооборачиваемости. Матричные методы обоснования ассортимента.

9. Понятие и виды хозяйственных связей. Содержание договорной работы.

Понятие и классификация хозяйственных связей. Этапы договорной работы и особенности их реализации. Виды документов, используемых при заключении и исполнении коммерческих договоров.

10. Виды договоров купли-продажи. Структура и содержание договора поставки.

Понятие договора купли-продажи. Особенности оформления и использования коммерческих договоров разных видов. Структура договора поставки и содержание его разделов. Понятие существенных условий договора.

11. Организация коммерческой деятельности по закупкам.

Сущность, значение и этапы закупочной деятельности. Способы обоснования потребности в закупаемых товарах. Критерии и способы оценки поставщиков. Особенности анализа закупочной деятельности.

12. Коммерческая деятельность по сбыту: особенности организации и направления совершенствования.

Сущность и значение сбытовой деятельности. Виды посредников, участвующих в продвижении товаров. Особенности анализа коммерческой деятельности по сбыту. Направления совершенствования коммерческой деятельности по продаже товаров.

13. Методы оптовой продажи товаров и направления повышения эффективности оптовой торговли в современных условиях.

Значение оптовой торговли в системе товародвижения. Содержание методов оптовой продажи. Сущность и преимущества оптово-логистических центров. Направления совершенствования оптовой торговли в современных условиях.

14. Значение, функции и задачи рекламы. Планирование рекламной деятельности и оценка эффективности рекламы.

Понятие и функции рекламы. Задачи рекламы при разных условиях деятельности организации. Виды рекламных средств и особенности их использования. Содержание процесса планирования рекламной деятельности. Показатели оценки эффективности рекламы.

15. Логистика как фактор повышения эффективности коммерческой деятельности.

Сущность и задачи логистики. Особенности использования логистики на разных стадиях товародвижения: в сфере закупок, продаж, складирования, транспортировки. Состояние и перспективы развития логистики в Республике Беларусь.

16. 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.

17. 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.

18. Финансирование коммерческой деятельности организаций.

Источники и формы долгосрочного финансирования организаций: самофинансирование, заемное финансирование (банковский кредит, лизинг, эмиссия облигаций). Коммерческий кредит, банковский кредит как основные источники краткосрочного финансирования. Факторинг как альтернативная форма краткосрочного кредита.

19. Конкурентоспособности торговой организации.

Понятие «конкурентоспособность организации». Классификация методик оценки конкурентоспособности организации. Сущность матричных методов оценки конкурентоспособности торговой организации. Оценка конкурентоспособности торговой организации на основе комплексного показателя. Направления обеспечения конкурентоспособности торговой организации.

20. Стратегия внешнеторговой деятельности.

Причины выхода на зарубежные рынки. Конкурентные стратегии, реализуемые на внешних рынках: мультинациональная и глобальная. Стратегии выхода на зарубежные рынки (экспорт; стратегические альянсы и совместное предпринимательство; прямое инвестирование): достоинства и недостатки

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

1. Организационное построение торговли в Республике Беларусь.

Понятие и виды торговли. Отраслевая инфраструктура торговли. Организационно-хозяйственные звенья торговли (торговые единицы, торговые организации, торговые системы).

2. Организация товароснабжения торговых организаций.

Формы товароснабжения розничной торговой сети: понятие, преимущества и недостатки, области использования. Методы доставки товаров в розничную торговую сеть. Расчетные показатели централизованной доставки товаров.

3. Классификация складов, их устройство и основные функции.

Товарный склад. Виды складов. Классификация складов по классам (А, В, С и D). Основные конструктивные показатели и элементы складского здания.

4. Планировка и оборудование складских помещений.

Виды и назначение складских помещений. Виды и характеристики складского оборудования. Техничко-экономические показатели работы склада.

5. Организация складского технологического процесса.

Понятие и принципы организации складского технологического процесса. Этапы и операции складского технологического процесса.

6. Организация приемки товаров на складе по количеству и качеству.

Документы, регулирующие приемку товаров по количеству и качеству в Республике Беларусь. Порядок приемки товаров на подъездных железнодорожных путях в вагонах или контейнерах. Сроки приемки. Оформление приемки товаров.

7. Операции по размещению и хранению товаров на складе. Организация отпуска товаров со склада.

Требования хранения. Способы размещения грузов (товаров) в складских помещениях. Укладка товаров на местах хранения и предъявляемые к ней требования. Способы хранения товаров. Методы отборки товаров со склада. Операции по отпуску товаров со склада.

8. Розничная торговая сеть.

Понятие «розничная торговая сеть». Объекты розничной торговой сети. Специализация розничной торговой сети. Показатели специализации розничной торговой сети.

9. Классификация и размещение розничной торговой сети.

Виды розничных магазинов. Типы непродовольственных и продовольственных магазинов в Республике Беларусь. Задачи и методы размещения розничной торговой сети. Торговый центр: понятие, характерные черты и типы.

10. Устройство и технологические планировки магазинов.

Устройство магазина в зависимости от его концепции. Торговые помещения магазина. Виды технологических планировок торгового зала. Показатели эффективности использования площади торгового зала. Неторговые помещения магазина и особенности их расположения.

11. Торгово-технологический процесс в магазине.

Сущность, содержание и этапы торгово-технологического процесса в магазине. Схемы торгово-технологического процесса. Технологическая карта понятие и разделы. Основные направления совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.

12. Организация и технология приемки товаров в магазине.

Законодательные акты, регламентирующие приёмку товаров в Республике Беларусь. Порядок приемки товаров по количеству и качеству. Нормативные и товаросопроводительные документы, используемые при приемке товаров. Сроки приемки. Документальное оформление результатов приемки товаров.

13. Хранение и подготовка товаров к продаже в магазине.

Размещение товаров в помещениях для хранения. Способы хранения товаров. Приемы укладки товаров на технологическом оборудовании (стеллажи, поддоны, контейнеры и др.). Создание необходимых условий для сохранности товаров и контроль за их соблюдением. Технология подготовки товаров к продаже. Содержание общих и специальных операций по подготовке товаров к продаже. Товарные потери в розничной торговле и пути их сокращения.

14. Размещение и выкладка товаров в торговом зале.

Подходы к размещению товаров на площади торгового зала. Факторы, влияющие на размещение товаров. Выкладка товаров в торговом зале: понятие, функции, виды и способы.

Критерии и правила выкладки товаров. Оценка эффективности размещения и выкладки товаров в торговом зале.

15. Организация магазинной формы продажи товаров.

Правила осуществления розничной торговли. Методы продажи товаров в магазине: сущность и особенности.

16. Обслуживание покупателей в розничной торговле.

Услуга розничной торговли. Классификация услуг, оказываемых розничными торговыми организациями. Базовый уровень обслуживания.

17. Культура торговли в магазине.

Понятие и составляющие культуры торговли в магазине. Методики оценки уровня культуры торговли. Направления повышения уровня культуры торговли в магазине.

18. Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом.

Нормативные документы, регулирующие перевозку грузов железнодорожным транспортом. Классификация перевозок. Понятие и виды отправки. Технология выполнения операций в процессе перевозки грузов. Операции, выполняемые железной дорогой в процессе транспортирования грузов. Сроки доставки. Операции по прибытию грузов на станцию назначения.

19. Организация перевозок грузов автомобильным транспортом.

Роль, место и использование автомобильного транспорта в перевозках товаров потребительского спроса. Нормативные документы, регулирующие организацию автомобильных перевозок грузов. Классификация автомобильных перевозок. Технология процесса перевозки. Документы, сопровождающие груз. Показатели эффективности использования автотранспортных средств,

20. Тара и тарные операции в торговле.

Понятие «упаковка товаров». Роль тары в процессе товарного обращения. Функции тары. Требования, предъявляемые к таре. Виды тары. Классификация тары. Стандартизация и унификация тары. Организация товарооборота. Пути снижения расходов и потерь по таре в торговле.

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛИ

1. Товарооборот как основной показатель функционирования торговой организации.

Сущность товарооборота. Виды товарооборота. Состав и классификация розничного товарооборота. Сущность и классификация оптового товарооборота. Факторы, влияющие на состав и структуру товарооборота

2. Значение и направления анализа товарооборота.

Анализ товарооборота: цель, задачи, источники информации. Этапы анализа товарооборота: анализ динамики и состав товарооборота, анализ выполнения плана по товарообороту, анализ структуры товарооборота, анализ влияния факторов на динамику товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота.

3. Планирование товарооборота в организациях торговли

Планирование товарооборота: цель, задачи, выбор метода планирования. Методы планирования товарооборота: экономико-статистические, экономико-математические, технико-экономических расчетов, метод, основанный на получении необходимой прибыли. Особенности планирования оптового товарооборота.

4. Товарные запасы и способы их оптимизации в торговых организациях

Сущность, необходимость образования, функции и классификация товарных запасов. Показатели использования товарных запасов. Факторы, влияющее на формирование товарных запасов и их оборачиваемость. Направления оптимизации товарных запасов.

5. Анализ и планирование товарных запасов.

Анализ товарных запасов: цель, задачи, источники информации. Причины отклонения фактических товарных запасов от установленных нормативов. Анализ

товарооборачиваемости. Особенности анализа товарных запасов в оптовой торговле. Методы планирования товарных запасов.

6. Товарное обеспечение товарооборота организаций торговли.

Формы товарного обеспечения. Возможные ошибки в организации товарного обеспечения торговой организации и их последствия. Элементы системы управления товарным обеспечением торговой организации. Факторы, влияющие на товарное обеспечение торговой организации. Планирование товарного обеспечения.

7. Состав, планирование и анализ трудовых ресурсов организации торговли

Понятие, состав, структура и классификация персонала организации торговли. Показатели движения персонала. Планирование численности работников. Анализ персонала организации.

8. Эффективность использования трудовых ресурсов

Показатели эффективности использования трудовых ресурсов. Методы измерения производительности труда. Направления повышения эффективности использования трудовых ресурсов

9. Оплата труда работников торговой организации.

Сущность, функции и принципы организации оплаты труда. Элементы оплаты труда тарифного типа. Формы и системы заработной платы, их характеристика и порядок расчета. Система материального поощрения работников

10. Фонд заработной платы работников торговли.

Состав фонда заработной платы. Направления анализа фонда заработной платы. Методы планирования фонда заработной платы.

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

Понятие, состав, структура и классификация основных средств организаций торговли. Показатели использования основных средств. Основные направления повышения эффективности использования основных средств в организациях торговли

12. 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

13. 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.

14. Расходы торговой организации и основные направления их оптимизации.

Сущность и классификация расходов на реализацию товаров. Номенклатура расходов торговой организации. Показатели, характеризующие состояние, динамику и эффективность текущих расходов торговой организации. Основные направления оптимизации расходов на реализацию товаров в организациях розничной и оптовой торговли.

15. 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.

16. 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

17. Система цен на товары и услуги 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, услуги производителями, основными посредниками, розничными торговыми организациями. Порядок включения в цену налогов и сборов. Государственное регулирование цен.

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

Понятие финансового состояния торговой организации. Показатели, характеризующие финансовое состояние торговой организации (ликвидности и платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности). Основные направления улучшения финансового состояния торговых организаций.

19. Оценка эффективности инвестиционного проекта

Условия, определяющие целесообразность инвестирования. Показатели оценки эффективности инвестиционных проектов.

20. Оценка социально-экономической эффективности торговой деятельности: понятие и показатели.

Экономическая и социальная эффективность торговой деятельности: понятие, показатели. Классификация показателей эффективности. Анализ и оценка обобщающих и частных и комплексных показателей эффективности торговой деятельности. Пути повышения экономической и социальной эффективности деятельности торговых организаций.

3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Законодательные и нормативные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь : 7 декабря 1998 г. : с изм. и доп. : текст по состоянию на 28 января 2013 года. – Минск : Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2013. – 651 с.
2. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 8 января 2014 г., № 128-3 : в ред. Закона Республики Беларусь от 04.01.2021 г., № 81-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>. – Дата доступа: 24.04.2024.
3. О государственных закупках товаров (работ, услуг) [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 13 июля 2012 г., № 419-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11200419>. – Дата доступа: 24.04.2024.
4. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 г., № 90-3 : с изменениями и дополнениями // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>. – Дата доступа: 19.04.2024.
5. О коммерческой тайне : Закон Республики Беларусь, 5 янв. 2013 г., № 16-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2013. – № 2/2014.
6. О рекламе : Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 : с изм. и доп. : в ред. Закона Республики Беларусь, 28 дек. 2009 г., № 95-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2010. – №6. – 2/1647.
7. О товарных биржах : Закон Республики Беларусь, 5 янв. 2009 г., № 10-3 : с изм. и доп. : в ред. Закона Республики Беларусь, 9 июля 2012 г., № 388-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2012. – 2/1940.
8. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 8 января 2014 г., № 128-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/H11400128_1390251600.pdf. – Дата доступа: 26.04.2024.
9. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 г., № 90-3 (изменения и дополнения от 4 января 2014 г., № 106-3) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10200090>. – Дата доступа: 26.04.2024.
10. О классификации форм розничной торговли [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 26 июня 2014 г., № 24 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/W21428884_1405717200.pdf. – Дата доступа: 26.04.2024.
11. О перечнях товаров [Электронный ресурс] : постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, 19 ноября 2020 г., № 74 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22036095&p1=1>. – Дата доступа: 19.04.2024.
12. О технологических требованиях к организации процессов продажи товаров в розничных торговых объектах [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 30 мая 2016 г., № 20 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21631206&p1=1>. – Дата доступа: 26.04.2024.
13. Об утверждении Инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 26 июня 2014 г., № 25 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22035880&p1=1>. – Дата доступа: 26.04.2024.

14. Положение о порядке организации выставок и ярмарок в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 23 апреля 2012 г., № 384 : с изм. и доп. : в ред. постановления Совета Министров Республики Беларусь, 26 июня 2013 г., № 544 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2012 – № 5. – 14580.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Белова, С. О. Конкурентоспособность организации : пособие для студентов учреждений высшего образования 1-й и 2-й ступени получения высшего образования / С. О. Белова, И. М. Микулич, И. А. Леднева ; БГЭУ. – Минск, 2022. – 285 с. – 2 экз.

2. Дроздов, П. А. Управление материальными запасами : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Логистика» / П. А. Дроздов. – Минск : Вышэйшая школа, 2021. – 224 с. – 2 экз.

3. Скворцов, В. А. Организация закупочно-сбытовой деятельности : курс лекций для студентов специальности 1-27 01 01-16 «Экономика и организация производства (легкая промышленность)» / В. А. Скворцов ; УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – 98 с. – 32 экз.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

1. Квасникова, В. В. Организация и технология торговли : курс лекций / В. В. Квасникова ; УО "ВГТУ". – Витебск, 2018. – 168 с. – Лит. – Имеется электронный аналог. – 13 экз.

2. Пигунова, О. В. Стратегия организации торговли : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Коммерческая деятельность" / О. В. Пигунова, О. Г. Бондаренко. – Минск : Вышэйшая школа, 2017. – 174 с. – 2 экз.

3. Платонов, В. Н. Организация и технология торговли : учебник для студентов учреждений высшего образования по спец. "Коммерческая деятельность", "Товароведение и экспертиза товаров", "Товароведение и торговое предпринимательство" / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. – Минск : БГЭУ, 2017. – 426 с. – 2 экз.

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛИ

1. Василевская, Т. И. Финансы : учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Финансы и кредит" : в 2-х частях. Ч. 2 / Т. И. Василевская, Т. Е. Бондарь, И. Н. Жук и др. ; под ред. Т. И. Василевской, Т. Е. Бондарь. – Минск : БГЭУ, 2017. – 363 с. – Лит. – 2 экз.

2. Кахро, А. А. Экономика организации (предприятия) : конспект лекций для студентов специальности 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" : в 2-х частях. Ч. 1 / А. А. Кахро, Е. С. Грузневич, О. М. Андриянова ; УО "ВГТУ". – Изд. 2-е, стер. – Витебск, 2018. – 258 с. – Имеется электронный аналог. – 2 экз.

3. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Г. В. Савицкая ; ИНФРА-М – Изд. 14-е, перераб. и доп. – Москва, 2018. – 648 с. – (Высшее образование - Бакалавриат). – Лит. – 5 экз.