

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО

Директор института магистратуры



И.В. Ярмоленко



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности



В.М. Поляков



ПРОГРАММА

вступительного испытания для поступающих в магистратуру
по направлению 38.04.02 Менеджмент
магистерской программе «Международный бизнес»

Институт: магистратуры

Выпускающая кафедра: менеджмента и внешнеэкономической деятельности

Белгород 2019

Программа составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и содержит перечень вопросов по дисциплинам базовой части профессионального цикла подготовки бакалавров, содержащихся в задании вступительного испытания в магистратуру по направлению 38.04.02 Менеджмент магистерской программе «Международный бизнес».

Составители

 подпись	<u>Трошкин Ю</u> ФИО
 подпись	<u>Божков</u> ФИО

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию на заседании выпускающей кафедры протокол № 2 от «24» октября 2019 г.

Руководитель ООП магистратуры

 подпись	<u>Трошкин АС</u> ФИО
--	--------------------------

Зав. кафедрой

 подпись	<u>Трошкин АС</u> ФИО
--	--------------------------

1. СОСТАВ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН, ВКЛЮЧЕННЫХ В ПРОГРАММУ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ

- 1.1. Макроэкономика.
- 1.2. Организация и техника внешнеэкономических операций.
- 1.3. Международные экономические отношения глобальной экономики.
- 1.4. Международный маркетинг.
- 1.5. Экономика международного туризма.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

2.1. Макроэкономика

1. Понятие макроэкономики как науки. Предмет макроэкономики, ее цели и проблемы.
2. Показатели движения национального продукта: ЧНП, НД, ЛД, РД.
3. Совокупный спрос: понятие, ценовые и неценовые факторы. Кривая совокупного спроса.
4. Совокупное предложение: понятие, ценовые и неценовые факторы. Особенности кривой совокупного предложения в краткосрочном и долгосрочном периодах.
5. Экономический рост: сущность, показатели, типы. Факторы экономического роста.
6. Модели экономического роста.
7. Необходимость государственного регулирования экономики. Функции государства в рыночной экономике.
8. Способы и методы государственного регулирования экономики.
9. Безработица: сущность, причины, виды. Социально-экономические издержки безработицы. Закон Оукена.
10. Инфляция: сущность, причины, виды. Показатели инфляции. Инфляционная спираль. Эффект Фишера.
11. Экономические и социальные последствия инфляции. Антиинфляционная политика.
12. Кредит: сущность, источники, формы. Роль кредита в рыночной экономике.
13. Фискальная политика: сущность, функции, виды, инструменты.
14. Государственный долг: сущность, виды, причины, способы погашения.
15. Мировое хозяйство: сущность, структура, этапы развития.
16. Мировая торговля и ее показатели. Преимущества и выигрыш стран на мировом рынке.
17. Государственное регулирование международной торговли
18. Валютный рынок. Спрос и предложение валют.
19. Валютный курс: системы организации, факторы, виды. Конвертируемость валюты. Паритет покупательной способности. Влияние изменений валютного курса на национальную экономику.

Рекомендованная литература:

1. Агапова, Т.А. Макроэкономика [Электронный ресурс]: учебник/ Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина. - Электрон. текстовые данные. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. – 560 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17022.html>. - ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Капогузов, Е.А. Макроэкономика [Электронный ресурс]: учебник/ Е.А. Капогузов, П.А. Степанов. - Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2015. – 318 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59609.html>. - ЭБС «IPRbooks», по паролю.

3. Курс экономической теории: учебник / под ред. М.Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. - Киров: АСА, 2006. - 832 с.

4. Макроэкономика: методические указания к организации самостоятельной работы для студентов очной формы обучения специальности 38.03.01 - Экономика, 38.03.02 - Менеджмент/ сост. Г.Г. Балабанова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. – 83 с.

5. Чижова, Е.Н. Экономическая теория. Часть 2. Макроэкономика. Мегаэкономика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.Н. Чижова, Г.Г. Балабанова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. - 332 с.– Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016022515592027000000651373>.

6. Экономическая теория. Часть II. Макроэкономика: практикум: учебное пособие / Г.Г. Балабанова, Т.А. Давыденко, Л.И. Журавлева [и др.]. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. - 243 с.

7. Экономическая теория. Часть 2. Макроэкономика / под общ.ред. Е.Н. Чижовой. – Белгород, 2010. – 428 с.

2.2. Организация и техника внешнеэкономических операций

1. Товар как объект внешнеторговой операции.
2. Стимулирование экспорта за рубежом.
3. Контрагенты на мировом рынке и принципы их выбора.
4. Организация работы по сбору информации и изучению контрагентов во внешнеторговых фирмах.
5. Подготовка коммерческих предложений и запросов.
6. Использование маркетинга при организации экспорта.
7. Базисные условия поставки. Инкотермс 2010.
8. Классификация условий Инкотермс.
9. Отличительные характеристики Инкотермс 2010.
10. Структура и содержание контракта.
11. Особенности контракта в зависимости от товара.
12. Целесообразность посреднической деятельности.
13. Виды посредников.
14. Условия работы посредников на рынке.
15. Вознаграждение посредников.
16. Комиссионеры и консигнаторы на внешнем рынке.
17. Характеристика внешнеторговых операций по направлениям торговли.
18. Деление операций по группам товаров.

19. Особенности операций в зависимости от степени готовности товара.
20. Встречная торговля.
21. Особенности торговли машинами и оборудованием.
22. Виды биржевых операций.
23. Операции состязательного типа.
24. Организация проведения международных торгов.
25. Встречные закупки, бартерные операции.
26. Торговля лицензиями и ноу-хау.
27. Торговля инжиниринговыми услугами.
28. Аренда машин и оборудования.
29. Товарные знаки как объект собственности.
30. Определение цены лицензии.

Рекомендованная литература:

1. Воробьева Н.В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью [Электронный ресурс]: курс лекций / Н.В. Воробьева, Д.О. Грачева, Ю.В. Цымбаленко. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. — 212 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47324.html>.

2. Инкотермс - 2010. Международные правила толкования внешнеэкономических терминов. — М.: Омега-Л, 2011.

3. Липатов В.А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Липатов. — Электрон. текстовые данные. — М.: Евразийский открытый институт, 2011. — 232 с. — 978-5-374-00525-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10641.html>.

4. Маслов М.П. Внешнеэкономическая деятельность предприятий [Электронный ресурс]: практикум / М.П. Маслов. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013. — 114 с. — 978-5-7782-2174-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44911.html>.

5. Стровский Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия (5-е издание) [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, Е.Г. Шаблова. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 503 с. — 978-5-238-01772-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52450.html>.

2.3. Международные экономические отношения глобальной экономики

1. Этапы в развитии мировой экономики.
2. Международное разделение труда.
3. Международная специализация и кооперирование производства: сущность форм направления развития.
4. Глобализация мирового хозяйства.
5. Глобальные проблемы мировой экономики и пути их решения.
6. Теории развития мировой экономики.

7. Система показателей и оценок внешних факторов экономического роста.
8. Уровень экономического развития стран и их участие в мировом хозяйстве.
9. Опыт интеграционного развития в отдельных регионах мира.
10. Проблемы и перспективы интеграционного развития на пространстве СНГ.
11. Особенности развития западно-европейской экономической интеграции.
12. Международные экономические и финансовые организации.
13. Международная конкурентоспособность стран. Понятие и методики ее оценки.
14. Мировой рынок рабочей силы. Международная миграция населения.
15. «Зона евро», ее место и роль в мировой экономике.
16. Роль государства в регулировании международной торговли.
17. Роль ВТО в регулировании международной торговли.
18. Свободные экономические зоны в мировой экономике.
19. Экономическая интеграция в рамках Европейского Союза.
20. Современные проблемы развития зоны евро.
21. Оффшорные зоны, их место и роль в мировой экономике (общая проблематика и анализ отдельных оффшорных зон).
22. Образование и деятельность Всемирной торговой организации.

Рекомендованная литература:

1. Международные экономические отношения / Под ред. В.Е.Рыбалкина – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
2. Мировая экономика и МЭО / Под ред. С.В. Куприянова – Белгород.: БГТУ им. Шухова, 2012.
3. Мировая экономика и международный бизнес / Под ред. В.В. Полякова – М.: КНОРУС, 2010.
4. Мировая экономика / С.В. Куприянов, Е.А. Стрябкова, С.Н. Шевцова. Учебное пособие для студентов заочной формы обучения с применением дистанционных технологий – Белгород: Изд-во БГТУ им.В.Г. Шухова, 2010 – англ.
5. Мировая экономика и международные экономические отношения. Учебник /Под ред. А.С. Булатова и Н.Н. Ливенцева. М.: Магистр, 2008.
6. Мировая экономика. Учебник. / Под ред. Б.М. Смитиенко. М.: «Высшее образование, ЮРАЙТ-Издат», 2009 .
7. Мировая экономика: прогноз до 2020 / Под ред. академика А.А.Дынкина.- М.Магистр, 2007.
8. Фаминский И.П. Мировое хозяйство: динамика, структура производства, мировые товарные рынки, М.:Магистр, 2007.

2.4. Международный маркетинг

1. Особенности экспортного, международного, глобального маркетинга.
2. Основные условия и принципы международного маркетинга.
3. Этапы маркетингового исследования.

4. Источники международной маркетинговой информации.
5. Использование методов статистики в маркетинговых исследованиях.
6. Форма организации маркетинговых исследований.
7. Направления международных маркетинговых исследований.
8. Сложности организации кабинетных и полевых исследований внешних рынков.
9. Теория международной конкуренции М. Портера.
10. Отраслевая модель конкуренции Портера.
11. Повышение международной конкурентоспособности экономики России.
12. Анализ факторов внутренней среды фирмы. Выявление сильных и слабых сторон.
13. Репутация, имидж фирмы, уровень менеджмента.
14. Понятие конъюнктуры и конъюнктурообразующие факторы.
15. Показатели конъюнктуры мирового рынка.
16. Методы прогнозирования конъюнктуры.
17. Сегментирование целевых зарубежных рынков и позиционирование товаров и фирм.
18. Виды международных маркетинговых стратегий.
19. Базовые маркетинговые стратегии.
20. Стратегии интернационализации и глобализации.
21. Подходы к оценке экспортного товара и его характеристик.
22. Особенности международного жизненного цикла товара.
23. Сущности и основных направлений товарной политики международной компании.
24. Виды международных каналов сбыта продукции.
25. Интеграционные процессы в международной торговле.
26. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.
27. Особенности организации оптовой и розничной торговли на зарубежных рынках
28. Продвижение товаров и услуг на внешние рынки.
29. Коммуникации, реклама, связи с общественностью в международном маркетинге.
30. Стимулирование продаж на внешнем рынке.
31. Бренд и его роль в продвижении товара на международный рынок.
32. Информационные технологии в международных коммуникациях.

Рекомендованная литература:

1. Международные экономические отношения / Под ред. В.Е.Рыбалкина – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
2. Мировая экономика и МЭО / Под ред. С.В. Куприянова – Белгород.: БГТУ им. Шухова, 2012.
3. Мировая экономика и международный бизнес / Под ред. В.В. Полякова – М.: КНОРУС, 2010.
4. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров. [Электронный ресурс] / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 184 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/44073>.

5. Кайдашова, А.К. Международный маркетинг. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2015. — 135 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/72651>.

2.5. Экономика международного туризма

1. Сущность понятия «туризм». Туристский экспорт, туристский импорт.
2. Понятие и состав туристской индустрии.
3. Формы, виды и разновидности туризма
4. Материально-техническая база туризма.
5. Характеристика предприятий для размещения туристов.
6. Характеристика предприятий питания
7. Туристские ресурсы, их виды и основные характеристики.
8. Туристские ресурсы. Особенности формирования информационных источников о туристских ресурсах.
9. Рабочая сила в туризме.
10. Эффективность использования рабочей силы в туризме.
11. Понятие и содержание категории «туристская услуга».
12. Сущность туристского продукта, его структура. Туристский пакет.
13. Валовый туристский продукт.
14. Понятие качества. Требования к качеству туристского продукта.
15. Проблемы качества туристского продукта.
16. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии.
17. Сущность, функции и специфика туристского рынка.
18. Закономерности и особенности функционирования туристского рынка
19. Механизм функционирования туристского рынка.
20. Субъекты туристского рынка.
21. Поведение потребителей туристского продукта.

Рекомендованная литература:

1. Драчева Я.В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / Я.В. Драчева, С.В. Лазовская. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012. — 78 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9766.html>.
2. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности: Учеб. / Под ред. В.А. Квартальнова. — М.: Финансы и статистика, 2010.
3. Международные экономические отношения / Под ред. В.Е.Рыбалкина — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
4. Мировая экономика и МЭО / Под ред. С.В. Куприянова — Белгород.: БГТУ им. Шухова, 2012.
5. Мировая экономика и международный бизнес / Под ред. В.В. Полякова — М.: КНОРУС, 2010.