

Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор университета

_____ А.В. Драган

« _____ » _____ 2019 г.

Программа вступительного испытания

для абитуриентов, поступающих в БрГТУ,
для освоения содержания образовательной программы
высшего образования II степени (магистратура)

Специальность

1-25 80 02

(код специальности)

Мировая экономика

(наименование специальности)

Перечень Учебных дисциплин

- Маркетинг во внешнеэкономической деятельности
- Экономика предприятия
- Международные валютные отношения
- Международные экономические отношения

СОСТАВИТЕЛИ:

Проровский А.Г. – заведующий кафедрой мировой экономики, маркетинга, инвестиций к.т.н., доцент;

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой мировой экономики, маркетинга, инвестиций
(протокол N __ от _____ 2019г.);
Зав. кафедрой

Методической комиссией экономического факультета
(протокол N ____ от _____ 2019г.);
Председатель

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа вступительного испытания для абитуриентов, поступающих для освоения содержания образовательной программы высшего образования II степени по специальности 1-25 80 02 «Мировая экономика» разработана в соответствии с Кодексом Республики Беларусь «Об образовании», и правилами приема лиц для получения высшего образования II степени.

Цель вступительного испытания заключается в оценке возможности абитуриентов освоить образовательную программу высшего образования II степени (магистратуры).

Задачей вступительного испытания является комплексная проверка и оценка уровня теоретической подготовки абитуриентов в области машиностроения и машиноведения полученных ими во время освоения образовательной программы I степени.

Оценка уровня теоретической подготовки осуществляется по следующим разделам.

Раздел 1. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

1. Сущность открытой экономики и система показателей участия страны в МЭО.
2. Теории международной торговли.
3. Сущность и классификация международного разделения труда. Показатели участия страны в международном разделении труда.
4. Республика Беларусь в международном разделении труда.
5. Основные характеристики, структура и тенденции развития мирового товарного рынка.
6. Концепции государственного отношения к мировой торговле.
7. Тарифные и нетарифные методы регулирования международной торговли.
8. Мировой рынок услуг: структура, особенности, тенденции развития.
9. Сущность, причины и формы международного движения капитала.
10. Международное движение капитала: масштабы, тенденции развития, факторы влияния на экономику стран.
11. Инвестиционный потенциал и инвестиционный климат: сущность, методы оценки и рейтинги.
12. Международные организации по регулированию мировой торговли.
13. Рынок рабочей силы: предпосылки, тенденции развития, структура. Государственная политика в области миграции.
14. Международная экономическая интеграция: сущность, этапы и предпосылки развития.
15. Интеграционные объединения развитых и развивающихся стран.
16. Сущность трансграничного сотрудничества. Еврорегионы с участием Республики Беларусь
17. СЭЗ: сущность, виды, принципы деятельности.
18. Оффшорные зоны: причины возникновения и роль в мировом хозяйстве. Классификация оффшорных зон.
19. Понятие оффшорной фирмы и принципы организации. Оффшорные схемы.
20. ТНК: сущность, причины возникновения, мотивы деятельности, механизм функционирования.
21. Классификация ТНК. Роль ТНК в мировом хозяйстве.
22. Интеграция и диверсификация как основные стратегии глобализации бизнеса.
23. Слияния и поглощения в международном бизнесе.
24. Научные ресурсы мира. Государственная политика стимулирования инноваций. Модели инновационных систем.
25. Международный рынок технологического обмена. Эволюция рынка и структура. Формы и методы технологического обмена.
26. Франчайзинг: сущность, причины распространения. Классификация франчайзинга и франшиз.
27. Аутсорсинг: сущность, причины использования. Классификация и структура рынка аутсорсинга. Схема реализации аутсорсинга.
28. Международный финансовый рынок: сущность, функции, структура.
29. Международный кредит: понятие, функции, классификация. Объемы и структура международного кредитования.

30. Сущность посредничества в МЭО. Структура международных каналов сбыта. Виды посредников в МЭО.

Основная литература:

1. *Международные экономические отношения* / под ред. Н.Н. Ливенцева. - М.: Проспект, 2014. – 656 с.
2. *Международные экономические отношения: учебник* / под ред. Б.М. Смитиенко. - М.: ИНФРА-М, 2007. – 512 с.
3. *Мировая экономика и международные экономические отношения* / под ред. А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 499 с.
4. Соколов Э.Г. *Международные экономические отношения*. – Брест: Альтернатива, 2008г. – 216 с.

РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Глобализация экономики и основные причины развития маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятий.
2. Сущность маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятий (международного маркетинга), его определения и концепции развития. Специфика маркетинговой деятельности при работе на международном рынке.
3. Характеристика основных функций и методов международного маркетинга.
4. Динамика маркетинговых структур предприятия при выходе на внешний рынок.
5. Структура анализа факторов внешней среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы.
6. Особенности экономических и социально-культурных факторов внешней среды принимающей страны.
7. Особенности политических и правовых факторов внешней среды принимающей страны.
8. Характеристика рынка бизнес-информации и основные тенденции его развития.
9. Информационная система в международном маркетинге. Информационное обеспечение и конкурентоспособность фирмы.
10. Структура, содержание и основные источники маркетинговой информации в международном маркетинге. Интернет как источник маркетинговой информации.
11. Маркетинговые исследования международных рынков: цели, задачи, содержание процесса исследований. Характеристика основных методов сбора маркетинговой информации.
12. Процесс сегментирования в международном маркетинге. Выбор целевых сегментов рынка.
13. Процесс позиционирования в международном маркетинге. Характеристика основных этапов данного процесса.
14. Формы и методы выхода фирмы на внешний рынок. Экспорт и его виды.
15. Формы и методы выхода фирмы на внешний рынок. Совместное предпринимательство.
16. Формы и методы выхода фирмы на внешний рынок. Прямое инвестирование.
17. Общая характеристика государственного регулирования ВЭД. Субъекты и методы регулирования ВЭД.
18. Международные организации, регламентирующие процесс ВЭД предприятий.
19. Общая характеристика стратегий ВЭД. Этапы выбора стратегии.
20. Внешние факторы, определяющие выбор стратегии ВЭД.
21. Внутренние факторы, определяющие выбор стратегии ВЭД.
22. Характеристика динамики основных товарных форм на международном рынке
23. Характерные черты экспортных товаров. Основные виды экспортной товарной политики.
24. Конкурентоспособность товара, фирмы и страны на международном рынке.
25. Понятие мировой цены, ее отличительные признаки и источники информации о мировых ценах.. Методы установления исходной цены товара на международных рынках.
26. Характеристика каналов товародвижения в международном маркетинге и критерии их выбора.

27. Характеристика посредников в системе международного маркетинга. Методы взаимодействия с посредниками

28. Международная реклама: цели, задачи и особенности рекламной деятельности при работе на международном рынке.

29. Колл-центры как эффективные центры коммуникаций.

30. Понятие электронной коммерции и основные этапы ее развития на международном рынке. Характеристика основных групп покупателей в системе электронной торговли.

Основная литература:

1. Акулич И.Л. – Международный маркетинг. – Мн.: Тетралит, 2014. – 512 с.
2. Глобализация мирового хозяйства: учебное пособие / под ред. М.Н. Осьмовой- М.: ИНФРА-М, 2011. -376с.
3. ИНФРА-М, 2011. -376с.
4. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 362 с.
5. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие / под ред. М.И.Плотницкого-Мн.: Современная школа, 2011.-616с
6. Рутко Д.Ф. Международный маркетинг: учебное издание / Д.Ф. Рутко. –Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. –90с.

РАЗДЕЛ 3. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Предприятие и предпринимательство.
2. Основные виды предприятий.
3. Организационно-правовые формы предприятий.
4. Состав и классификация основных фондов предприятия.
5. Структура и оценка основных фондов.
6. Износ и обновление основных фондов.
7. Показатели процесса обновления основных фондов. Выбор формы обновления.
8. Сущность амортизации.
9. Линейный и производительный способы начисления амортизации.
10. Нелинейный способ начисления амортизации.
11. Показатели оценки эффективности использования основных фондов.
12. Состав и структура оборотных средств предприятия.
13. Аналитический и коэффициентный методы определения потребности предприятия в оборотных средствах.
14. Планирование потребности в оборотных средствах методом прямого счета.
15. Эффективность использования оборотных средств и пути ее повышения.
16. Трудовые ресурсы предприятия и их характеристики.
17. Производительность труда.
18. Заработная плата: понятие, факторы, принципы, структура.
19. Сдельная форма оплаты труда на предприятии.
20. Повременная форма оплаты труда на предприятии.
21. Экономическое содержание затрат, издержек и себестоимости продукции.
22. Основные классификации издержек.
23. Виды издержек предприятия по статьям калькуляции.
24. Понятие, структура и показатели производственной программы предприятия.
25. Производственные мощности и их определение.
26. Методика составления производственной программы предприятия.
27. Прибыль предприятия: понятие, функции, виды.
28. Формирование и распределение прибыли на предприятии.
29. Факторы, оказывающие влияние на абсолютный размер прибыли предприятия.
30. Рентабельность как показатель эффективности деятельности предприятия.

Основная литература:

1. Головачёв, А.С. Экономика предприятия: учебное пособие / А. С. Головачев. - Минск : РИВШ, 2018. - 395 с.
2. Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия: учебник для бакалавров / Е. Н. Клочкова, Т. Е. Платонова, В. И. Кузнецов ; под ред. Е. Н. Клочковой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 447 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 345 с.
4. Экономика предприятия / Под ред. А.Е. Карлика, М. Л. Шухгальтер: Учебник для вузов. 2-е изд., переработанное и допол. – СПб: Питер, 2009 – 464 с.
5. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 604 с.

РАЗДЕЛ 4. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

1. Понятие валютной системы. Основные элементы валютных систем.
2. Понятие резервной валюты. Преимущества статуса резервной валюты.
3. Принципы Парижской валютной системы.
4. Принципы функционирования Генуэзской валютной системы.
5. Особенности и этапы валютного кризиса 1929-1936 гг.
6. Цели создания Бреттонвудской валютной системы. Дилемма Триффена.
7. Принципы Бреттонвудской валютной системы.
8. Формы проявления кризиса Бреттонвудской валютной системы.
9. Этапы развития кризиса Бреттонвудской валютной системы.
10. Основные характеристики Ямайской валютной системы.
11. Режимы валютного курса.
12. Сравнительная характеристика СДР и ЭКЮ.
13. Этапы перехода стран Западной Европы к ЕВРО.
14. Европейская валютная система.
15. Факторы, влияющие на устойчивость валют развивающихся стран.
16. Методы регулирования платежных балансов развивающихся стран.
17. Понятие и классификация валютных курсов.
18. Факторы, влияющие на формирование валютного курса.
19. Метод определения валютного курса: на базе валютной корзины.
20. Метод определения валютного курса: на базе относительного паритета покупательной способности валют.
21. Валютный курс и механизм ценообразования.
22. Валютные ограничения при пассивном платежном балансе.
23. Валютные ограничения при активном платежном балансе.
24. Конвертируемость валюты: понятия и определения. Предпосылки перехода к конвертируемости национальной денежной единицы.
25. Пути введения конвертируемости национальной валюты.
26. Теория паритета покупательной способности валют.
27. Теория регулируемой валюты. Теория ключевых валют.
28. Теория фиксированных паритетов и курсов.
29. Теория плавающих валютных курсов. Нормативная теория валютного курса.
30. Валютная политика: понятия и определения.

Основная литература:

1. Международные валютно-кредитные отношения : учебник для вузов / Л. Н. Красавина [и др.] ; под ред. Л. Н. Красавиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 543 с..
2. Международные валютно-кредитные отношения: Учебник/ Под общ. ред. Н.П. Гусакова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 314 с.
3. Международные валютные отношения: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. — Москва : КНОРУС, 2018. — 540 с