

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИПМЭиТ


_____ В.Э. Щепинин
« 04 » _____ 2023 г.

ПРОГРАММА

**вступительного испытания для поступающих в магистратуру
по направлению подготовки / образовательной программе**

38.04.06 «Торговое дело»

**38.04.06_04 «Международные торговые отношения»
(международная образовательная программа)**

Код и наименование направления подготовки / образовательной программы

Санкт-Петербург
2023

АННОТАЦИЯ

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению **38.03.00 «Экономика»**, вошедших в содержание тестовых заданий вступительного испытания в магистратуру.

Вступительное испытание оценивается по стобалльной шкале и состоит из трех блоков:

- коммерческая деятельность;
- маркетинг;
- экономика торговли.

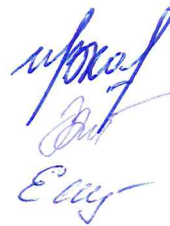
Руководитель ОП



В. В. Бахарев

Составители:

директор Высшей школы сервиса и торговли
профессор Высшей школы сервиса и торговли
доцент Высшей школы сервиса и торговли



И. В. Капустина

С. Г. Божук

Е.В. Шевчук

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию Советом **ИПМЭиТ**
(протокол № 4 от 18.10.2023г.).

1. ПРЕДМЕТЫ, ВКЛЮЧЕННЫЕ В ПРОГРАММУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

- 1.1 Международная торговля
- 1.2. Коммерческая деятельность
- 1.3. Маркетинг

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН

2.1. Международная торговля

- 1. Понятие внешнеэкономических связей, внешнеэкономической деятельности, внешней торговли, внешнеторговой операции.
- 2. Особенности ведения бизнеса на внешнем рынке. Цели внешней торговли.
- 3. Внешнеэкономический комплекс Российской Федерации.
- 4. Управление внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации.
- 5. Общая схема методов государственного регулирования внешней торговли в Российской Федерации.
- 6. Нетарифные методы государственного регулирования внешней торговли в Российской Федерации.
- 7. Количественные ограничения как метод государственного регулирования внешней торговли.
- 8. Технические барьеры во внешней торговле.
- 9. Методы финансового воздействия на внешнюю торговлю.
- 10. Защитные меры внутреннего рынка Российской Федерации.
- 11. Налоги и сборы во внешней торговле.
- 12. Общая характеристика таможенно-тарифных методов государственного регулирования внешней торговли.
- 13. Структура и характеристика отдельных элементов импортного таможенного тарифа.
- 14. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности.
- 15. Структура и характеристика отдельных элементов экспортного таможенного тарифа.
- 16. Международные торговые сделки и их особенности.
- 17. Классификация внешнеторговых операций.
- 18. Понятие и алгоритм экспортной операции.
- 19. Характеристика этапов экспортной операции.
- 20. Понятие и алгоритм импортной операции.

21. Характеристика этапов импортной операции.
22. Методика оценки эффективности внешнеторговой операции.
23. Способы установления контактов с потенциальными партнерами при планировании внешнеторговых операций.
24. Методика составления внешнеторгового контракта.
25. Характеристика основных разделов внешнеторгового контракта.
26. Характеристика базисных условий поставки. Инкотермс-2020.
27. Переговорный процесс: этапы, выработка собственной позиции и ее защита.

Учебная литература:

1. Feenstra, R. C. International Trade / Robert C. Feenstra, Alan M. Taylor – 5th edition – Worth Publishers, 2020. – 1218 p.
2. Международные коммерческие термины (Инкотермс) 2020.
3. Боброва, В. В. Государственное регулирование внешней торговли: учебное пособие / В.В. Боброва, Ю.В. Рожкова, В.В. Попов. - Оренбург: БГТУ, 2017. - 156 p.
4. Дюмулен, И.И. Международная торговля. Тарифное и нетарифное регулирование: учебник / Всерос. акад. междунар. торговли Минэкономразвития России. - 4-е изд. - М.: ВАВТ, 2015. - 547 p.
5. Пансков В.Г. Таможенное регулирование внешней торговли России в контексте Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС : учеб. пособие / В.Г. Пансков, В.В. Федоткин. - СПб.: Интермедия, 2017 . - 580 p.
6. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин; под ред. Е.Ф. Прокушева. - 9-е изд. испр. и доп. - М.: Издательство "Урайт", 2015. - 450 p.

2.2. Коммерческая деятельность

1. Сущность, субъекты, объекты, задачи коммерческой деятельности.
2. Этапы коммерческой деятельности.
3. Функции и принципы коммерческой деятельности.
4. Стратегическое управление коммерческой деятельностью.
5. Цели и сущность коммерческого менеджмента.
6. Методы управления коммерческой деятельностью.
7. Источники и виды коммерческой информации.
8. Понятие коммерческой тайны и ее защита.
9. Понятие, виды и формы товарной информации.

10. Понятие ассортимента товаров, его виды.
11. Характеристика и показатели ассортимента. Классификация товаров.
12. Порядок формирования ассортимента товаров в зависимости от жизненного цикла товара. Этапы формирования ассортимента.
13. Ассортиментная политика предприятия и основные направления ее изменения. Ассортиментная матрица.
14. Сущность и этапы закупочной работы.
15. Понятие и виды спроса. Виды затрат при закупках.
16. Каналы распределения продукции. Виды поставщиков. Методы выбора поставщика.
17. Закупочная деятельность на оптовых ярмарках.
18. Закупочная деятельность на оптовых рынках.
19. Закупочная деятельность в мелкооптовых магазинах и складах.
20. Организация биржевой торговли и торговых операций на ней.
21. Аукционная торговля.
22. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
23. Формы и методы оптовой торговли товарами.
24. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.
25. Формы и методы розничной продажи товаров. Виды дополнительных услуг.

Учебная литература:

1. Иванов, Г.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД Форум, 2020. - 384 р.
2. Коммерческая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, С.В. Земляк, В.В. Синяев. - М.: Издательство "Юрайт", 2019. - 404 р.
3. Левкин Г.Г. Коммерческая деятельность. Основы коммерции: учебник для обучающихся по программам ВО по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г.Г. Левкин, О.А. Никифоров. - М.: КноРус, 2017. - 259 р.

2.3. Маркетинг

1. Основные концепции маркетинга, условия их реализации.
2. Понятие и модели анализа микро- и макросреды организации.
3. Понятие и структура маркетинг-микса. Виды концепций маркетинг-микса.
4. Понятие маркетингового исследования, основные этапы его проведения.

5. Офисные методы сбора маркетинговой информации. Виды, особенности применения.
6. Полевые методы сбора маркетинговой информации. Виды, особенности применения.
7. SWOT-анализ, основные этапы его проведения.
8. Сегментирование рынка, выделение целевого сегмента и позиционирование товара.
9. Позиционирование и перепозиционирование товаров. Понятие, выбор базы для позиционирования, проблемы позиционирования.
10. Модель покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке отдельным покупателем.
11. Модель покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке организационным покупателем. Концепция торгового центра.
12. Товар и основные фонды товарной политики организации.
13. Понятие, основные этапы жизненного цикла товара, особенности маркетинговой стратегии на каждом этапе.
14. Ценообразование в системе маркетинга. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов и потребителей.
15. Сбытовая деятельность в системе маркетинга.
16. Понятие и виды маркетинговых коммуникаций.
17. Основные виды и средства распространения рекламы, их характеристика.
18. Критерии выбора средств распространения рекламы.

Учебная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. - 2-е изд. испр. и доп. - М.: Издательство "Юрайт", 2019. - 304 р.
2. Dennis, S. Remarkable Retail: How to Win & Keep Customers in the Age of Digital Disruption / С. Деннис - LifeTree Media, 2020. - 240 р.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2019. - 496 р.
4. Котлер, П. Управление маркетингом / П. Котлер, К. Л. Келлер - Global Edition, 2015. - 832 р.
5. Маркетинг: учебник для вузов / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик, Т. Д. Маслова и другие - СПб: Питер, 2012. - 448 р.
6. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 337 р.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ (МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА)

Тест представляет собой набор тестовых и расчетных заданий, отражающий вопросы и практические навыки по четырем блокам дисциплин, представленных в Программе вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки «Торговое дело» (образовательная программа 38.04.06_04 «Международные торговые отношения» (международная образовательная программа) / «International Trade Relations» (International Educational Program)):

- Внешнеторговая деятельность (блок 1);
- Коммерческая деятельность (блок 2);
- Маркетинг (блок 3).

Тестовые задания выполняются без использования вспомогательных учебных материалов, в письменном виде.

Типы тестовых заданий.

По способу ответа тестовые задания могут быть следующих основных типов:

- закрытые тесты с одним правильным ответом, в которых необходимо выбрать из предложенных вариантов только один правильный ответ;
- открытые тесты, в которых отсутствуют варианты правильных ответов, абитуриент должен дать единственно правильный ответ самостоятельно;
- открытые расчетные задания, в которых отсутствуют варианты правильных ответов, абитуриент должен дать единственно правильный ответ самостоятельно.

Тестовые вопросы подразделяются на три блока.

Блок 1. Дисциплина «Внешнеторговая деятельность»

Количество тестовых вопросов – 15, в том числе:

- закрытые тестовые задания – 10;
- открытые тестовые задания – 3;
- открытые расчетные задания – 2.

Блок 2. Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Количество тестовых вопросов – 5, в том числе:

- закрытые тестовые задания – 4;
- открытые тестовые задания – 1.

Блок 3. Дисциплина «Маркетинг».

Количество тестовых вопросов – 10, в том числе:

- закрытые тестовые задания – 10.

Критерии оценивания.

За каждое правильно решенное закрытое тестовое задание с одним правильным ответом присваивается 2 балла.

За каждое правильно решенное открытое тестовое задание с одним правильным ответом присваивается 7 баллов. Если в открытом тестовом задании абитуриент показал основные знания по вопросу, но допустил незначительные ошибки или неточности – за тестовое задание присваивается 3 балла.

За каждое правильно решенное расчетное задание с одним правильным ответом присваивается 12 баллов. Если в открытом расчетном задании приведен правильный алгоритм решения, но отсутствует окончательный единственно верный ответ, количество баллов за тестовое задание не может превышать 50% от установленной величины баллов за правильно выполненное задание.

Отметки о правильных вариантах ответов делаются абитуриентом разборчиво. Неразборчивые ответы не оцениваются.

Если в тестовом задании все варианты ответов отмечены как верные – баллы за тестовое задание не присваиваются.

4. ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

_____ В. В. Бахарев

« ____ » _____ 2023 г.

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ

по направлению подготовки / образовательной программе

38.04.06 «Торговое дело»

38.04.06_04 «Международные торговые отношения»

(международная образовательная программа)

Код и наименование направления подготовки / образовательной программы

ВОПРОСЫ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

Вопрос	Ответ	Количество баллов
1. Если отношение объема торговли к ВВП страны составляет 53%, а ВВП - 500 млрд. долларов США, то какова общая стоимость ее торговли (импорт и экспорт)?		
2. Как предприятию увеличить продажи марочного продукта премиум-класса?		
3. Что определяет общий маркетинг-микс фирмы? а. Стратегию маркетинга б. Цель маркетинга в. Прибыль от маркетинга г. Прибыль от потребителя		

Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Institute of Industrial Management, Economics and Trade

APPROVED

Director of the Institute of Industrial
Management, Economics and Trade

_____ V.E. Shchepinin

« ____ » _____ 2023

PROGRAM

**of the admission exam for the applicants to the master's degree
in the field of study / educational program**

38.04.06 «Trade Business»

38.04.06_04 «International Trade Relations»

(International Educational Program)

Code and name of the field of study / educational program

St. Petersburg
2023

ABSTRACT

The program includes a list of topics (questions) on subjects of the basic part of the professional block in the field of **38.03.00 Economics and Management**, which are included in the content of the admission exam for the master program.

The admission exam is evaluated on a **100-point scale** and consists of three subjects:

- international trade;
- commercial activities;
- marketing.

Supervisor of the Educational Program



V. V. Bakharev

Compiled by:

Director, Graduate School of Service and Trade



I. V. Kapustina

Professor, Graduate School of Service and Trade

S. G. Bozhuk

Associate professor, Graduate School of Service and Trade

E. V. Shevchuk



The program is reviewed and recommended for publication by the methodological council of the **Institute of Industrial Management, Economics and Trade** (protocol № 4 date 18.10.2023).

1. SUBJECTS INCLUDED IN THE INTERDISCIPLINARY EXAM PROGRAM

- 1.1. International Trade
- 1.2. Commercial Activities
- 1.3. Marketing

2. CONTENT OF SUBJECTS

2.1. International Trade

- 1. The concept of foreign economic relations, foreign economic activity, foreign trade, foreign trade operation.
- 2. Features of doing business in the foreign market. Objectives of foreign trade.
- 3. Foreign economic complex of the Russian Federation.
- 4. Management of foreign economic activity in the Russian Federation.
- 5. General scheme of methods of state regulation of foreign trade in the Russian Federation.
- 6. Non-tariff methods of state regulation of foreign trade in the Russian Federation.
- 7. Quantitative restrictions as a method of state regulation of foreign trade.
- 8. Technical barriers in foreign trade.
- 9. Methods of financial impact on foreign trade.
- 10. Protective measures of the domestic market of the Russian Federation.
- 11. Taxes and levies in foreign trade.
- 12. General characteristics of customs and tariff methods of state regulation of foreign trade.
- 13. The structure and characteristics of individual elements of the import customs tariff.
- 14. Commodity nomenclature of foreign economic activity.
- 15. The structure and characteristics of individual elements of the export customs tariff.
- 16. International trade deals and its features.
- 17. Classification of foreign trade operations.
- 18. Concept and algorithm of the export operation.

19. Characteristics of the stages of the export operation.
20. The concept and algorithm of the import operation.
21. Characteristics of the stages of the import operation.
22. Methodology for assessing the effectiveness of a foreign trade transaction.
23. Ways to establish contacts with potential partners when planning foreign trade operations.
24. Methodology for drawing up a foreign trade contract.
25. Characteristics of the main sections of the foreign trade contract.
26. Characteristics of the basic terms of delivery. Incoterms-2020.
27. Negotiation process: stages, development of one's own position and its defense.

Study Literature:

2. Feenstra, R. C. International Trade / Robert C. Feenstra, Alan M. Taylor – 5th edition – Worth Publishers, 2020. – 1218 p.
3. The International Commercial Terms (Incoterms) 2020.
4. Bobrova, V. V. State regulation of foreign trade: a tutorial / V.V. Bobrova, Yu.V. Rozhkova, V.V. Popov. - Orenburg: OSU, 2017. – 156 p.
5. Dumoulin, I. I. International trade. Tariff and non-tariff regulation: textbook / Vseros. acad. ext. trade of the Ministry of Economic Development of Russia. – 4th ed. – M.: VAVT, 2015. – 547 p.
6. Pankov, V. G. Customs regulation of foreign trade in Russia in the context of the Customs Union within the EurAsEC: a tutorial / V.G. Pankov, V.V. Fedotkin. - SPb. : Intermedia, 2017 . – 580 p.
7. Prokushev, E. F. Foreign economic activity: textbook and workshop for applied baccalaureate / E. F. Prokushev, A. A. Kostin; edited by E. F. Prokushev. – 9th ed., Rev. and add. – M.: Urayt Publishing House, 2015. – 450 p.

2.2. Commercial Activities

1. Essence, subjects, objects, tasks of commercial activity.
2. Stages of commercial activity.
3. Functions and principles of commercial activities.
4. Strategic business management.
5. Objectives and essence of commercial management.
6. Methods of business management.
7. Sources and types of commercial information.
8. The concept of commercial secrets and their protection.

9. Concept, types and forms of commodity information.
10. The concept of an assortment of goods, its types.
11. Characteristics and indicators of the assortment. Classification of goods.
12. The procedure for the formation of an assortment of goods depending on the life cycle of goods. Stages of assortment formation.
13. Assortment policy of the enterprise and the main directions of its change. Assortment matrix.
14. Essence and stages of procurement work.
15. Concept and types of demand. Cost types in procurement.
16. Channels of product distribution. Types of suppliers. Supplier selection methods.
17. Purchasing activities at wholesale fairs.
18. Purchasing activity in the wholesale markets.
19. Purchasing activity in small wholesale stores and warehouses.
20. Organization of exchange trading and trading operations on it.
21. Auction trade.
22. Organization of commercial work on the wholesale of goods.
23. Forms and methods of wholesale of goods.
24. Organization of commercial work on the retail sale of goods.
25. Forms and methods of retail sale of goods. Types of additional services.

Study Literature:

1. Ivanov, G. G. Commercial activity: textbook / G. G. Ivanov, E.S. Choline. – M.: ID Forum, 2020. – 384 p.
2. Commercial activity: textbook and workshop for applied baccalaureate / I. M. Sinyaeva, O. N. Zhiltsova, S. V. Zemlyak, V. V. Sinyaev. – M.: Yurayt Publishing House, 2019. – 404 p.
3. Levkin, G. G. Commercial activity. Fundamentals of commerce: a textbook for students in VO programs in the direction of training 38.03.06 "Trade Business" (qualification (degree) "bachelor") / G. G. Levkin, O. A. Nikiforov. – M.: KnoRus, 2017. – 259 p.

2.3. Marketing

1. The basic concepts of marketing, the conditions for their implementation.
2. The concept and models of analysis of the micro- and macroenvironment of the organization.

3. The concept and structure of the marketing mix. Types of marketing mix concepts
4. The concept of marketing research, the main stages of its implementation.
5. Office methods of collecting marketing information. Types, application features.
6. Field methods of collecting marketing information. Types, application features.
7. SWOT analysis, the main stages of its implementation.
8. Segmenting the market, highlighting the target segment and positioning the product.
9. Positioning and repositioning of goods. Concept, choice of base for positioning, positioning problems.
10. Model of buying behavior and the process of making a purchase decision by an individual buyer.
11. Buying Behavior Model and the Organizational Buyer's Purchase Decision Process. Shopping center concept.
12. Product and fixed assets of the organization's product policy.
13. The concept, the main stages of the life cycle of goods, features of the marketing strategy at each stage.
14. Pricing in the marketing system. Competitive and consumer-oriented pricing methods.
15. Sales activities in the marketing system.
16. Concept and types of marketing communications.
17. The main types and means of advertising distribution, their characteristics.
18. Criteria for choosing the means of advertising distribution.

Study Literature:

1. Bozhuk, S. G. Marketing research: a textbook for academic bachelor's degree / S. G. Bozhuk. – 2nd ed., Rev. and add. - M.: Yurayt Publishing House, 2019. – 304 p.
2. Dennis, S. Remarkable Retail: How to Win & Keep Customers in the Age of Digital Disruption / S. Dennis – LifeTree Media, 2020. – 240 p.
3. Kotler, F. Fundamentals of Marketing. Short course / F. Kotler. – M.: Williams, 2019. – 496 p.
4. Kotler, P. Marketing Management / P. Kotler, K. L. Keller – Global Edition, 2015. – 832 p.

5. Marketing: textbook for universities / S. G. Bozhuk, L. N. Kovalik, T. D. Maslova and others – St. Petersburg: Piter, 2012. – 448 p.
6. Soloviev, B. A. Marketing: textbook / B. A. Soloviev, A. A. Meshkov, B. V. Musatov. – M.: INFRA-M, 2020. – 337 p.

3. CRITERIA FOR ASSESSMENT OF ENTRANCE TEST (INTERDISCIPLINARY EXAMINATION)

The test is a set of test and calculation tasks, where questions and practical skills are grouped into four blocks of disciplines presented in the Program of entrance examinations to the master's program in the field of preparation "Trady Business" (educational program 38.04.06_04 "International Trade Relations" (International Educational Program)):

- International trade (block 1);
- Commercial activities (block 2);
- Marketing (block 3).

Test tasks are completed without the use of auxiliary educational materials, in written form.

Types of test tasks.

Test tasks can be of the following main types (classified according to the type of answer):

- single option closed tests, where you need to choose only one correct answer from the proposed options;
- open tests with no given options for correct answers, the applicants must give their own correct answer;
- open calculation tasks with are no correct answer options; the applicants must give their own correct answer.

Test questions will be divided into three blocks.

Block 1. Discipline "Foreign trade activities"

The number of test questions is 15, including:

- closed test tasks – 10;
- open test tasks – 3;
- open calculation tasks – 2.

Block 2. Discipline "Commercial activity"

Number of test questions – 5, including:

- closed test tasks – 4;
- open test tasks – 1.

Block 3. Discipline “Marketing”.

Number of test questions – 10, including:

- closed test tasks – 10.

Evaluation criteria.

For each correctly solved closed test task with one correct answer, 2 points are assigned.

For each correctly solved open test task with one correct answer, 7 points are assigned. If in an open test task the applicant demonstrated basic knowledge on the issue, but made minor errors or inaccuracies, 3 points are assigned for the test task.

For each correctly solved calculation task with one correct answer, 12 points are assigned. If an open calculation task contains the correct solution algorithm, but there is no final and only correct answer, the number of points for the test task cannot exceed 50% of the established value of points for a correctly completed task.

The applicant shall make notes on the correct answer options in legible manner. Illegible answers shall not be scored.

If all answer options in a test task are marked as correct, no points are awarded for the test task.

4. EXAMPLE OF THE INTERDISCIPLINARY EXAM

**Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
Institute of Industrial Management, Economics and Trade**

APPROVED

Supervisor of the Educational Program

_____ V. V. Bakharev

«_____» _____ 2023

INTERDISCIPLINARY EXAM

**of the admission exam for the applicants to the master's degree
in the field of study / educational program**

38.04.06 «Trade Business»

38.04.06_04 «International Trade Relations»

(International Educational Program)

Code and name of the field of study / educational program

QUESTIONS

INTERNATIONAL TRADE

Question	Answer	Number of points
4. If a country's trade-to-GDP ratio is 53% and the GDP is USD 500 billion, then what is the overall value of its trade (import & export)?		
5. How is a business to increase sales of a premium branded product?		
6. What does the overall marketing mix of a firm determine? a. Marketing strategy b. Marketing objective c. Profit from marketing d. Profit from customer		