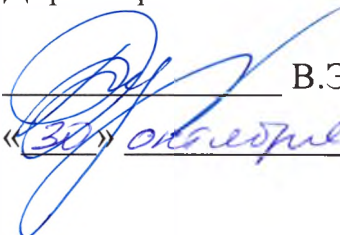


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИПМЭиТ


В.Э. Щепинин
«30» октября 2020 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) /

«International Trade Relations» (International Educational Program)

Код и наименование направления подготовки / образовательной программы

Санкт-Петербург
2020

АННОТАЦИЯ

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению **38.03.06 «Торговое дело»**, вошедших в содержание тестовых заданий вступительного испытания в магистратуру.

Вступительное испытание, оценивается по стобалльной шкале и состоит из двух блоков:

- междисциплинарного экзамена в объеме требований, предъявляемых федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования к уровню подготовки бакалавра по направлению, соответствующему направлению магистратуры, проводимого очно в письменной форме и/или дистанционно (**максимальный балл – 60**);

- портфолио, требования к которому включается в программу вступительного испытания по соответствующей образовательной программе (**максимальный балл – 40**).

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение междисциплинарного экзамена – **30 баллов (50%)**.

Руководитель ОП



В. В. Бахарев

Составители:

директор Высшей школы сервиса и торговли



И. В. Капустина

профессор Высшей школы сервиса и торговли



С. Г. Божук

профессор Высшей школы сервиса и торговли



Т. А. Переверзева

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию методическим советом **ИПМЭиТ** (протокол № 5 от « 7 » 10 2020 г.).

1. ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧЁННЫЕ В ПРОГРАММУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

- 1.1. Внешнеторговая деятельность
- 1.2. Коммерческая деятельность
- 1.3. Маркетинг
- 1.4. Английский язык в профессиональной деятельности

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

2.1. Внешнеторговая деятельность

Темы (вопросы):

1. Понятие внешнеэкономических связей, внешнеэкономической деятельности, внешнеторговой деятельности, внешнеторговой операции. Их взаимосвязь.
2. Особенности ведения коммерческой деятельности на внешнем рынке. Цели внешнеторговой деятельности.
3. Внешнеэкономический комплекс Российской Федерации.
4. Органы управления внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации.
5. Общая схема методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности в Российской Федерации.
6. Нетарифные методы государственного регулирования внешнеторговой деятельности в Российской Федерации.
7. Количественные ограничения как метод государственного регулирования внешнеторговой деятельности.
8. Технические барьеры во внешней торговле.
9. Методы финансового воздействия на внешнюю торговлю.
10. Защитные меры внутреннего рынка РФ.
11. Налоги и сборы во внешней торговле.
12. Общая характеристика таможенно-тарифных методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности.
13. Структура и характеристика отдельных элементов импортного таможенного тарифа.
14. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности.
15. Структура и характеристика отдельных элементов экспортного таможенного тарифа.

16. Международная торговая сделка и её признаки.
17. Классификация внешнеторговых операций.
18. Понятие и алгоритм проведения экспортной операции.
19. Характеристика этапов проведения экспортной операции.
20. Понятие и алгоритм проведения импортной операции.
21. Характеристика этапов проведения импортной операции.
22. Методика оценки эффективности внешнеторговой сделки.
23. Способы установления контактов с потенциальными партнёрами при планировании внешнеторговых операций.
24. Методология составления внешнеторгового контракта.
25. Характеристика основных разделов внешнеторгового контракта.
26. Характеристика базисных условий поставки. Инкотермс-2020.
27. Переговорный процесс: этапы, выработка собственной позиции и её защита.

Литература для подготовки:

1. Боброва, В. В. Государственное регулирование внешнеторговой деятельности : учебное пособие / В.В. Боброва, Ю.В. Рожкова, В.В. Попов. – Оренбург : ОГУ, 2017. – 156 с.
2. Дюмулен, И. И. Международная торговля. Тарифное и нетарифное регулирование : учебник / Всерос. акад. внеш. торговли Минэкономразвития России. – 4-е изд. – М. : ВАВТ, 2015. – 547 с.
3. Международные правила толкования торговых терминов Инкотермс-2020.
4. Пансков, В.Г. Таможенное регулирование внешнеторговой деятельности в России в условиях Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС : учебное пособие / В.Г. Пансков, В.В. Федоткин. – СПб. : Интермедия, 2017. – 580 с.
5. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 450 с.

2.2. Коммерческая деятельность

Темы (вопросы)

1. Сущность, субъекты, объекты, задачи коммерческой деятельности.
2. Этапы коммерческой деятельности.
3. Функции и принципы коммерческой деятельности.
4. Стратегическое управление коммерческой деятельностью.
5. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью.

6. Методы управления коммерческой деятельностью.
7. Источники и виды коммерческой информации.
8. Понятие коммерческой тайны и ее защиты.
9. Понятие, виды и формы товарной информации.
10. Понятие ассортимента товаров, его виды.
11. Характеристики и показатели ассортимента. Классификация товаров.
12. Порядок формирования ассортимента товаров в зависимости от ЖЦТ. 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 в закупочной деятельности.
16. Каналы товародвижения. Виды поставщиков. Методы выбора поставщика.
17. Закупочная деятельность на оптовых ярмарках.
18. Закупочная деятельность на оптовых рынках.
19. Закупочная деятельность на мелкооптовых магазинах-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 продажи товаров.
24. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.
25. Формы и методы розничной продажи товаров. Виды дополнительных услуг.

Литература для подготовки:

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

2.3. Маркетинг

Темы (вопросы):

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. Кабинетные 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 репозиционирование товара. Понятие, выбор основания для позиционирования, проблемы позиционирования.
10. Модель покупательского поведения и процесс принятия индивидуальным покупателем решения о покупке.
11. Модель покупательского поведения и процесс принятия организационным покупателем решения о покупке. Понятие закупочного центра.
12. Товар и основные средства товарной политики организации.
13. Понятие, основные этапы жизненного цикла товаров, особенности маркетинговой стратегии на каждом этапе.
14. Ценообразование в системе маркетинга. Методы ценообразования с ориентацией 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.

Литература для подготовки:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для академического бакалавриата / С.Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 304 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 15-е изд. – СПб. : Питер, 2018. – 848 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2019. – 496 с.
4. Маркетинг : учебник для вузов / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик, Т.Д. Маслова и др. – СПб. : Питер, 2012. – 448 с.
5. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.Б. Мусатов. – М. : ИНФРА-М, 2020. – 337 с.

2.4. Английский язык в профессиональной деятельности

Темы (вопросы):

1. SWOT-analysis: definition, essence, purpose.
2. Description of the functions and forms of wholesale.
3. PEST-analysis: definition, essence, purpose.
4. Characteristics of retail formats.
5. The concept of assortment policy and its direction.
6. Features of foreign trade of the Russian Federation.
7. Methods and instruments of state regulation of foreign trade.
8. INCOTERMS: goals, objectives, structure. Features of application.
9. Types and mechanisms of application of customs duties.

Литература для подготовки:

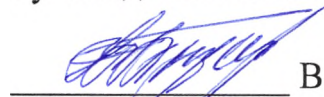
1. Dennis, S. Remarkable Retail: How to Win & Keep Customers in the Age of Digital Disruption / S. Dennis – LifeTree Media, 2020. – 240 p.
2. Kotler, P. Marketing Management / P. Kotler, K.L. Keller – Global Edition, 2015. – 832 p.
3. The International Commercial Terms (Incoterms) 2020.
4. Ступникова, Л. В. Английский язык в торговом деле. English in Commerce : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Ступникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 216 с.

3. ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

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

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП



В. В. Бахарев

«28» 10 2020 г.

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ

по направлению подготовки / образовательной программе

38.04.06 «Торговое дело»

38.04.06_04 «Международные торговые отношения»

(международная образовательная программа) /

«International Trade Relations» (International Educational Program)

Код и наименование направления подготовки / образовательной программы

1. Какой из перечисленных ниже методов определения таможенной стоимости ввозимого товара признан основным?
 - а) на основе сложения стоимости
 - б) на основе вычитания стоимости
 - в) по цене сделки с ввозимыми товарами

2. Перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения – это:
 - а) товарная номенклатура
 - б) ассортимент товаров
 - в) структура ассортимента товаров
 - г) розничный товароборот

3. Какую стратегию охвата рынка использует компания, если продает для всех сегментов один вид товара по единой цене, реклама товара обращена на рынок в целом?
 - а) синхромаркетинг
 - б) дифференцированный маркетинг

в) недифференцированный маркетинг

г) концентрированный маркетинг

4. The embargo is:

A) quantitative restrictions on the import/export of certain products

B) direct full or partial ban on the import and / or export of goods

C) economic regime characterized by preferential rates of customs duties

4. ТРЕБОВАНИЯ К ПОРТФОЛИО ПОСТУПАЮЩЕГО

Портфолио предоставляется в полном объеме в бумажном и/или электронном виде **не позднее чем за три рабочих дня** до междисциплинарного экзамена.

В портфолио указываются достижения поступающего в научной и образовательной областях, в интеллектуальных и/или творческих конкурсах, соответствующие образовательной программе направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Документы, подтверждающие достижения поступающего предоставляются в виде электронного образа документа в формате PDF (Portable Document Files). Электронный образ документа должен обеспечивать визуальную идентичность его бумажному оригиналу в масштабе 1:1.

Качество представленных электронных образов документов должно позволить в полном объеме прочесть текст документа. Если бумажный документ состоит из двух или более листов, электронный образ такого бумажного документа формируется **в виде одного файла**.

Электронные образы документов, подтверждающие достижения поступающего, располагаются **в строгом соответствии с порядковым номером данного достижения** в таблице.

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Количество баллов
1	Получение стипендии Президента Российской Федерации и (или) стипендии Правительства Российской Федерации при обучении по образовательным программам бакалавриата или специалитета	копия приказа или выписка из приказа о назначении стипендии, заверенная в установленном порядке образовательной организацией	20
2	Статьи, индексируемые в Scopus (количество статей суммируется)	ссылка на публикацию на сайте https://www.scopus.com	15
3	Статьи в рецензируемых научных изданиях, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК при Минобрнауки России (количество статей суммируется)	ссылка на публикацию на сайте https://elibrary.ru/	10
4	Статьи, индексируемые в РИНЦ, кроме публикаций в рецензируемых научных изданиях, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК при Минобрнауки России (количество статей суммируется)	ссылка на публикацию на сайте https://elibrary.ru/	4

5	Наличие статуса победителя (личное или командное первенство) международных, всероссийских студенческих олимпиад	диплом победителя (в случае командного первенства в дипломе должны быть перечислены все участники команд)	8
6	Наличие статуса призера (личное или командное первенство) международных, всероссийских студенческих олимпиад	диплом призера (в случае командного первенства в дипломе должны быть перечислены все участники команды)	6
7	Наличие именного сертификата ФИЭБ	сертификат ФИЭБ	3
8	Наличие статуса победителя Школы магистров СПбПУ	диплом победителя	4
9	Владение английским языком на уровне выше 6,5 баллов по шкале International English Language Testing System (IELTS)	ссертификат IELTS установленного образца, выданный сертифицированной организацией	15

Для сканирования документов необходимо использовать режим сканирования с разрешением 300 точек на дюйм. Не допускается представление нечитаемых отсканированных изображений документов, а также изображений, содержащих потери значимых частей документа (текстовые области, подписи, оттиски печатей и т.д.).

Сумма баллов, начисленных поступающему за портфолио, не может быть более 40 баллов.

В случае предоставления недостоверной информации и/или работы, содержащей неправомерные заимствования (плагиат), либо работы, выполненные иным лицом, поступающий несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом в случае установления данных фактов, приемная комиссия вправе выставить поступающему низший балл за портфолио – 0 (ноль) баллов.

Баллы, начисленные за портфолио, включаются в сумму баллов вступительного испытания.

При получении по междисциплинарному экзамену результата ниже минимального балла, портфолио не рассматривается и не суммируется с результатом междисциплинарного экзамена

После проведения междисциплинарного экзамена абитуриента информируют о результатах междисциплинарного экзамена и баллах,

набранных за портфолио. Итоговая сумма вступительного испытания не может превышать 100 баллов.

В случае несогласия с результатом вступительного испытания абитуриент подает апелляцию на вступительное испытание, в т.ч. на результат междисциплинарного экзамена и/или оценку баллов за портфолио.