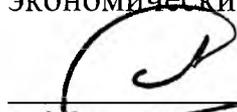


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


А.В. Егоров

«29» 06 2024

Регистрационный № УД - 5921-24уч.

ТОВАРОПРОВОДЯЩИЕ СЕТИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
7-06-0413-01 «Коммерция»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования ОСВО 7-06-0413-01-2023 и учебного плана по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция».

СОСТАВИТЕЛЬ:

В.В. Квасникова, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.В. Тышкевич, заместитель директора РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен»;

Р.П. Валевиц, профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 11.04.2024);

Методической комиссией по специальностям «Коммерческая деятельность», «Коммерция», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» (профилизация «Экономическое и антимонопольное регулирование») учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 30.05.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 11.04.2024).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Товаропроводящие сети на внешних рынках» направлена на подготовку специалистов, владеющих навыками, необходимыми для изучения зарубежных рынков и создания собственной товаропроводящей сети для их освоения.

Передовой опыт стран, лидирующих в международном разделении труда, свидетельствует, что создание и эффективное использование товаропроводящей сети является одним из важнейших факторов формирования и удержания конкурентного преимущества страны на международных рынках.

В условиях действия санкций Республика Беларусь вынуждена искать для своих товаров (калийные удобрения, нефтепродукты, продукция деревообработки и другие) новые внешние рынки сбыта. В этой связи особую актуальность приобретает проведение маркетинговых исследований мирового рынка и внешних рынков отдельных стран, определение новых схем реализации экспортных товаров через субъекты товаропроводящей сети, оценка и мониторинг результатов их деятельности.

Учебная программа по учебной дисциплине «Товаропроводящие сети на внешних рынках» составлена для студентов, обучающихся по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» (профилизация «Коммерция на внешнем рынке»).

Цель изучения учебной дисциплины – формирование у обучающихся компетенций, позволяющих высокоэффективно решать профессиональные задачи в области исследования внешних рынков, создания и управления субъектами товаропроводящей сети с использованием передового опыта и актуального инструментария.

Достижение этой цели обеспечивается решением следующих **задач**:

- изучить подходы к исследованию и выбору внешних рынков;
- изучить порядок разработки конъюнктурного обзора внешнего рынка;
- дать классификацию и привести характеристику видов товаропроводящей сети на внешних рынках;
- изучить виды договоров с субъектами товаропроводящей сети, особенности их содержания и структуры;
- изучить методы оценки эффективности деятельности субъектов товаропроводящей сети на макро- и микроуровнях.

В результате изучения учебной дисциплины «Товаропроводящие сети на внешних рынках» формируется следующая *специализированная компетенция*:

СК-7 Анализировать особенности и специфику формирования товаропроводящей сети и быть способным к выбору эффективных каналов товародвижения.

В результате изучения учебной дисциплины «Товаропроводящие сети на внешних рынках» студент должен:

знать:

- методы проведения международных маркетинговых исследований;
- порядок разработки конъюнктурного обзора внешнего рынка;
- институциональные, методические и правовые элементы системы

государственного регулирования деятельности субъектов товаропроводящей сети на внешних рынках;

- виды субъектов товаропроводящей сети на внешних рынках;
- содержание процесса организации экспорта товаров через товаропроводящую сеть за рубежом;
- подходы к оценке эффективности деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках.

уметь:

- использовать полученные знания для обоснования управленческих решений по выбору канала распределения товаров и вида субъекта товаропроводящей сети;
- выявлять тенденции развития внешних рынков и определять возможности по совершенствованию деятельности товаропроводящей сети организации;
- оценивать влияние деятельности товаропроводящей сети на изменение объемов экспорта организации и диверсификацию его структуры;
- применять на практике методики по проведению международных маркетинговых исследований и оценки эффективности деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках.

владеть:

- навыками разработки конъюнктурного обзора внешних рынков;
- навыками прогнозирования тенденций развития внешних рынков и деятельности субъектов товаропроводящей сети на них;
- навыками оформления договоров о сотрудничестве с субъектом товаропроводящей сети;
- методами оценки эффективности деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Товаропроводящие сети на внешних рынках» относится к модулю «Внешнеторговый потенциал организации» компонента учреждения образования.

Содержание учебной дисциплины «Товаропроводящие сети на внешних рынках» опирается на изучение учебных дисциплин «Риски во внешнеторговой деятельности», «Управление закупками на внешнем рынке». Учебная дисциплина «Товаропроводящие сети на внешних рынках» необходима для изучения учебной дисциплины «Бизнес-группы на трансграничных рынках».

Формы получения высшего образования: дневная, заочная.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

- для дневной формы получения образования: общее количество учебных

часов – 108, аудиторных – 36 часов, из них лекции – 18 часов, семинарские занятия – 18 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

2 семестр – лекции – 18 часов, семинарские занятия – 18 часов.

Самостоятельная работа студента – 72 часа.

– для заочной формы получения образования:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 8 часов, из них лекции – 4 часа, семинарские занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

2 сессия – лекции – 2 часа, семинарские занятия – 2 часа;

3 сессия – лекции – 2 часа, семинарские занятия – 2 часа;

Самостоятельная работа студента – 92 часа.

Трудоемкость - 3 з. е.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Внешние рынки и их значение во внешнеторговой деятельности

Внешний рынок: понятие и значение. Отличие понятия «внешний рынок» от понятий «внутренний рынок», «международный рынок» и «мировой рынок». Структура внешнего рынка: продавец, покупатель, товар (продукт или услуга), посредник.

Концепции международной деятельности организации: концепция расширенного национального рынка; концепция многонационального рынка; концепция глобального рынка.

Понятие барьеров входа на внешний рынок. Классификация барьеров входа на внешний рынок (экзогенные (внешние), эндогенные (внутренние), макроэкономические, микроэкономические; структурные и поведенческие; стратегические и нестратегические).

Маркетинговая среда внешнего рынка. Элементы маркетинговой среды внешнего рынка и их характеристика (экономическая среда, политическая среда, правовая среда, социально-культурная среда).

Классификация стран по хозяйственной структуре и характеру распределения доходов в семье.

Способы выбора целевых внешних рынков.

Тема 2. Международные маркетинговые исследования

Понятие о международных маркетинговых исследованиях. Направления международных маркетинговых исследований. Этапы проведения международных маркетинговых исследований.

Кабинетные исследования внешнего рынка. Структура процесса организации и проведения кабинетного маркетингового исследования внешнего рынка.

Метод полевых исследований внешнего рынка. Количественные и качественные методы сбора информации при использовании метода полевых исследований рынка. Виды количественных исследований внешнего рынка (опрос, наблюдение, эксперимент). Виды качественных исследований внешнего рынка (фокус-группы, глубинное интервью).

Метод опроса и этапы его проведения. Метод наблюдения и этапы его проведения. Порядок проведения экспериментов.

Этапы подготовки и проведения фокус-группы. Этапы использования метода глубинных интервью.

Тема 3. Конъюнктурный обзор внешнего рынка

Конъюнктурный обзор внешнего рынка. Структура конъюнктурного обзора внешнего рынка (общая характеристика экономической и политической ситуации в стране; характеристика товарного рынка страны; прогноз показателей организации при освоении внешнего рынка).

Исследование конкуренции на внешнем товарном рынке. Оценка интенсивности конкуренции на внешнем рынке (частные и интегральный показатели интенсивности конкуренции на внешнем рынке).

Методы определения емкости внешнего рынка (с учетом производства, импорта и экспорта; на основе норм потребления; по данным панельных исследований; на основе первичных, повторных и дополнительных продаж; по объему продаж всех организаций в отрасли, экспертный метод).

Методы определения доли организации на внешнем рынке (аудит розничной торговли; потребительская панель; опрос респондентов; промышленный шпионаж).

Сегментация потребителей на внешнем рынке. Признаки и показатели сегментации потребителей. Этапы процесса сегментирования потребителей. Принципы сегментации. Подходы к международной сегментации.

Оценка конкурентоспособности товаров на внешнем рынке. Смешанный метод оценки конкурентоспособности товаров. Метод оценки конкурентоспособности товаров на основе опроса потребителей.

Тема 4. Товаропроводящая сеть и ее место во внешней торговле

Основные способы выхода на внешние рынки: экспорт (прямой, косвенный экспорт, совместный экспорт); совместная предпринимательская деятельность; прямое инвестирование.

Внешнеторговое посредничество: понятие, виды предоставляемых ими услуг и целесообразность их использования при осуществлении внешнеторговой деятельности. Классификация внешнеторговых посредников и связь с товаропроводящей сетью предприятия на внешних рынках. Виды, содержание и структура договоров с основными видами внешнеторговых посредников.

Товаропроводящая сеть – канал распределения товаров и услуг на внешнем рынке. Преимущества и недостатки использования товаропроводящей сети на внешнем рынке.

Признаки классификации видов товаропроводящей сети на внешних рынках: по способу организации товаропроводящей сети, по степени участия белорусского капитала; по ведомственной подчинённости; по характеру участников; в зависимости от длины и ширины товаропроводящей сети.

Основные элементы товаропроводящей сети за рубежом: собственная товаропроводящая сеть субъектов хозяйствования и косвенная товаропроводящая сеть. Вспомогательные элементы, необходимые для обеспечения функционирования товаропроводящей сети на внешних рынках: финансово-кредитная подсистема, подсистемы транспортного обслуживания, нормативно-правового и организационного обеспечения.

Тема 5. Обеспечение деятельности и оценка эффективности товаропроводящей сети на внешних рынках

Правовое обеспечение деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность хозяйствующих субъектов за границей: Законы Республики Беларусь, Постановления Совета Министров Республики Беларусь.

Нормативно-правовые акты, регулирующие создание и функционирование субъектов товаропроводящей сети на внешних рынках: Постановления Совета Министров Республики Беларусь, Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2021-2025 годы, Концепция развития логистической системы Республики Беларусь до 2030 года.

Нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы взыскания внешней просроченной дебиторской задолженности: Законы Республики Беларусь, Указы Президента Республики Беларусь, Постановления Правления Национального банка Республики Беларусь, Постановления Высшего хозяйственного суда Республики Беларусь, международные соглашения.

Организационно-информационное обеспечение деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках. Основные институты, участвующие в регулировании деятельности субъектов товаропроводящей сети на внешних рынках: Правительство, Министерство иностранных дел, посольства, Государственный таможенный комитет, Министерство образования, Министерство промышленности, Межведомственный совет по внешнеторговой политике, местные исполнительные и распорядительные органы и др.

Структура и содержание договоров с субъектами товаропроводящей сети. Процедура организации экспорта товаров через товаропроводящую сеть за рубежом. Выбор конкурентной стратегии экспортёра. Положение о товаропроводящей сети: структура и содержание.

Виды договоров с субъектами товаропроводящей сети (генеральный дилерский договор; договор поставки; дистрибьютерское соглашение; агентское соглашение).

Оценка эффективности деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках на макроэкономическом уровне управления: этапы и показатели оценки.

Оценка эффективности деятельности товаропроводящей сети на внешних рынках на микроэкономическом уровне управления: этапы и показатели оценки.

Последовательность оценки деятельности товаропроводящей сети по развитию экспорта.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТОВАРОПРОВОДЯЩИЕ СЕТИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ»**

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2 семестр										
Тема 1	Внешние рынки и их значение во внешнеэкономической деятельности	2							[1],[2],[3],[4],[5],[6],[17],[18]	
	Внешние рынки и их значение во внешнеэкономической деятельности			4					[2],[3],[4],[5],[6],[17],[18]	Блиц-опрос, тест
Тема 2	Международные маркетинговые исследования	6							[4],[6],[7],[8]	
	Международные маркетинговые исследования			4					[4],[6],[7],[8]	Опрос, решение задач
Тема 3	Конъюнктурный обзор внешнего рынка	4							[4],[6],[7],[8],[19]	
	Конъюнктурный обзор внешнего рынка			4					[4],[6],[7],[19]	Опрос, решение задач
Тема 4	Товаропроводящая сеть и ее место во внешней торговле	2							[4],[8],[11],[15],[18]	
	Товаропроводящая сеть и ее место во внешней торговле			2					[4],[8],[11],[15],[18]	Опрос
Тема 5	Обеспечение деятельности и оценка эффективности товаропроводящей сети на внешних рынках	4							[8],[10],[12],[14],[16],[18],[20]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Обеспечение деятельности и оценка эффективности товаропроводящей сети на внешних рынках			4					[8],[10],[12],[14],[16],[18],[20]	Опрос, решение задач
	Итого 2 семестр	18		18					Зачет	
	Всего часов	18		18						

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТОВАРОПРОВОДЯЩИЕ СЕТИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ»**

Заочная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
2 сессия							
Тема 2	Международные маркетинговые исследования			1		[4],[6],[7],[8]	Работа в малых группах
Тема 3	Конъюнктурный обзор внешнего рынка	2		1		[4],[6],[7],[19]	
	Итого 2 сессия	2		2			
3 сессия							
	Конъюнктурный обзор внешнего рынка			2		[4],[6],[7],[19]	Опрос, решение задач
Тема 4	Товаропроводящая сеть и ее место во внешней торговле	1				[4],[8],[11],[15],[18]	
Тема 5	Обеспечение деятельности и оценка эффективности товаропроводящей сети на внешних рынках	1				[8],[10],[12],[14],[16],[18],[20]	
	Обеспечение деятельности и оценка эффективности товаропроводящей сети на внешних рынках			1		[8],[10],[12],[14],[16],[18],[20]	Опрос, решение задач
	Итого 3 сессия	2		2			Зачет
	Всего часов	4		4			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Шелег, Н. С. Международная торговля : учебник / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин. – Минск: Вышэйшая школа, 2023. – 552 с.
2. Сушко, В. И. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью : учебное пособие / В. И. Сушко. – Минск : Вышэйшая школа, 2022. – 496 с.
3. Юрова, Н. В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Мировая экономика" / Н. В. Юрова ; Белорусский гос. ун-т. - Минск : БГУ, 2020. - 129 с.

Дополнительная:

4. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент», «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – 4-е изд., стер. —М. : Дашков и К, 2020. – 180 с. : ил. – (Серия «Учебные издания для бакалавров»).
5. Клинов, В. Г. Мировые товарные рынки и цены : учебник / В. Г. Клинов, Л. С. Ревенко, Т. И. Ружинская ; под ред. Л.С. Ревенко ; ФГАОУ ВО «Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации», Каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкон. связей. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : МГИМО-Университет, 2018. – 664 с.
6. Руднева, А. О. Международная торговля : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») / А. О. Руднева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 271 с.
7. Акулич, И. Л. Международный маркетинг : учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск : Тетралит, 2014. – 509 с.
8. Продвижение белорусских товаров и услуг на потребительский рынок / Г. А. Короленок [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. Г. А. Короленка. – Минск: РИВШ, 2021. – 288 с.
9. Осипович, Т.А. Тенденции развития внешней торговли услугами Республики Беларусь / Т.А. Осипович // Веснік Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ун-та. – 2021. – № 5. – С. 68–75.
10. Осипович, Т. А. Методика оценки результатов деятельности товаропроводящей сети / Т. А. Осипович, В. С. Осипович // Науч. Труды Белорус. гос. экон. ун-та. – Минск: БГЭУ, 2018. – Вып. 11. – С. 331–337.
11. Короленок, Г. А. Развитие товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом в условиях мирового экономического кризиса / Г. А.

Короленок, Н. П. Пономарева // Науч. труды Белорус. гос. экон. ун-та. – Минск: БГЭУ, 2009. – Вып. 2. – С. 160–166.

12. Короленок, Г. А. Внешнеторговые отношения Республики Беларусь / Г. А. Короленок, Т. А. Осипович. – Минск: РИВШ, 2015. – 346 с.

13. Хохлов, А. В. Мировые товарные рынки: Учебное пособие / А. В. Хохлов. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 304 с.: – (Бакалавриат). – ISBN 978-5-9776-0322-5. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/959993> (дата обращения: 17.04.2024). – Режим доступа: по подписке.

14. Рябинин, А. Н. Показатели внешнеэкономической деятельности и экономическая безопасность / А. Н. Рябинин // *Economy and Business: Theory and Practice*. – 2022. – № 8 (90). – С. 207–209.

15. Луцевич, А. Перспективы развития товаропроводящих сетей «МТЗ-холдинг» на российском рынке / А. Луцевич, П. Казаков // *Наука и инновации*. – 2017. – № 9 (175). – С. 50–53.

16. Климова, Л. А. Анализ работы товаропроводящей сети ОАО «Моготекс» и выбор стратегии взаимодействия с посредниками / Л. А. Климова // *Электронный менеджмент в отраслях*. – 2020. – Т. 3, № 2. – С. 13–21.

17. Володько, В. Ф. Инновационные модели маркетинговой деятельности предприятия / В. Ф. Володько // *Наука и техника*. – 2020. – Т. 19, № 2. – С. 130–138.

18. Пальчевская, Т. С. Теоретические аспекты управления инновационными процессами при построении цепи поставок промышленных предприятий / Т. С. Пальчевская // *Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D*. – 2019. – № 14. – С. 91–94.

19. Инструменты и технологии маркетинга в реализации экспортного потенциала Республики Беларусь : [монография / И. Л. Акулич и др. ; под общ. ред. Н. В. Черченко, С. П. Мармашовой] ; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса]. - Минск : Институт бизнеса БГУ, 2021. - 133 с.

Нормативные правовые акты:

20. Об утверждении Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 24 февр. 2012 г., № 183 : в ред. Постановления Респ. Беларусь от 26.12.2017 № 1000 // *КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь*.

21. О структуре правительства Республики Беларусь : указ Президент Респ. Беларусь, 5 мая 2006 г., N 289 : в ред. Указа Респ. Беларусь от 03.10.2017 N 359 // *КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь*.

22. Договор о таможенном кодексе евразийского экономического союза от 01.01.2018 // Раздел «Поиск» Правового портала Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] / Евразийский экон. союз. – 2019. – Режим доступа : <https://docs.eaeunion.org>. – Дата доступа : 01.01.2024.

23. Договор о евразийском экономическом союзе от 01.01.2015 : в ред. Договоров от 11.04.2017 // Раздел «Поиск» Правового портала Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] / Евразийский экон. союз. – 2019. – Режим доступа : <https://docs.eaeunion.org>. – Дата доступа : 01.01.2024.

24. Об экономической несостоятельности (банкротстве) : закон Респ. Беларусь, 13 июля 2012 г., N 415-3 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

25. О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций : указ Президента Респ. Беларусь, 27 марта 2008 г., N 178 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

26. О порядке осуществления расчетов по внешнеторговым договорам, предусматривающим импорт : постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 11 ноября 2008 г., N 165 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

27. Об утверждении методических рекомендаций о рассмотрении хозяйственных (экономических) споров и иных дел с участием иностранных лиц : постановление Президиума Высшего хозяйственного суда Респ. Беларусь, 28 февр. 2007 г., № 12 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

28. О прекращении действия международных договоров по вопросам косвенного налогообложения : протокол между Правительством Респ. Беларусь и Правительством Российской Федерации от 09.06.2012 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

29. О порядке взаимного исполнения судебных актов хозяйственных судов Респ. Беларусь и арбитражных судов Российской Федерации : соглашение между Респ. Беларусь и Российской Федерацией от 29.07.2002 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

30. О концессии : закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013, № 63-3 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

28. Об утверждении положения о порядке открытия и деятельности в Республике Беларусь представительств иностранных организаций, внесении изменений и дополнения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156 и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление Совета Министров Респ.

Беларусь, 31 дек. 2013, № 1189 : в ред. Постановления Респ. Беларусь от от 30.05.2018 N 408 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

31. О поддержке и развитии экспорта Республики Беларусь в 2016-2020 годах : постановление Совета Министров Респ. Беларусь , 01 авг. 2016 г. , № 604 : в ред. Постановления Респ. Беларусь от 22 июня 2018 г. № 480 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

32. О программе развития логистической системы Респ. Беларусь на период до 2015 года : Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 авг. 2008г., № 1249 : в ред. Постановления Респ. Беларусь от 28 апреля 2014 г. № 402 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

33. Концепция развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 года : постановление Совета Министров Респ. Беларусь , 18 дек. 2017 г. , № 1024 / Раздел «Деятельность правительства» [Электронный ресурс] / Совет Министров Респ. Беларусь. – 2021. – Режим доступа : <http://www.government.by/ru/solutions/3083>. – Дата доступа : 19.03.2024.

Интернет-ресурсы:

Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.president.gov.by.

Официальный сайт Министерства иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.mfa.gov.by.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Понятие внешнего рынка.
2. Концепции международной деятельности организации.
3. Понятие «барьер входа на внешний рынок. Классификация барьеров входа на внешний рынок.
4. Маркетинговая среда внешнего рынка.
5. Выбор целевых внешних рынков.
6. Направления и этапы международных маркетинговых исследований.
7. Метод кабинетных исследований.
8. Метод полевых исследований. Количественные и качественные исследования.
9. Сущность, цели и этапы проведения опроса.
10. Назначение и порядок проведения наблюдения.
11. Назначение и порядок проведения эксперимента.
12. Сущность, цели и этапы проведения фокус-группы.
13. Сущность, цели и этапы проведения глубинного интервью.
14. Понятие конъюнктуры рынка. Структура конъюнктурного обзора.
15. Понятие и виды конкуренции.
16. Оценка интенсивности конкуренции на внешнем рынке.
17. Методы определения емкости и доли рынка.
18. Сегментация потребителей на внешнем рынке.
19. Оценка конкурентоспособности товаров на внешнем рынке на основе смешанного метода.
20. Оценка конкурентоспособности товаров на внешнем рынке путем опроса потребителей.
21. Способы выхода организации на внешний рынок.
22. Внешнеторговое посредничество.
23. Понятие, цели и функции товаропроводящей сети.
24. Процедура организации экспорта товара через товаропроводящую сеть.
25. Положение о товаропроводящей сети организации.
26. Структура и содержание генерального дилерского договора.
27. Структура и содержание договора поставки на внешний рынок.
28. Структура и содержание дистрибьютерского соглашения.
29. Структура и содержание агентского соглашения.
30. Методика оценки эффективности функционирования товаропроводящей сети на внешних рынках.

Перечень тем рефератов

1. Экспортная, импортная и внешнеторговая квота Республики Беларусь.
2. Состояние и тенденции развития торгового сотрудничества Республики Беларусь со странами ЕАЭС.
3. Состояние и тенденции развития торгового сотрудничества Республики Беларусь со странами ЕС в современных условиях.
4. Состояние и тенденции развития торгового сотрудничества Республики Беларусь с США и Канадой в современных условиях.
5. Состояние и тенденции развития торгового сотрудничества Республики Беларусь с Китаем в современных условиях.
6. Состояние и тенденции развития торгового сотрудничества Республики Беларусь со странами дальней дуги (Азии, Африки и Латинской Америки).

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 56 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования отводится 96 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО отводится 100 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, информационных и демонстративных материалов, презентаций;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- подготовку к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

реферат;

отчет о выполнении исследовательских и творческих заданий;

опрос.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

Отметка по учебной дисциплине выставляется по десятибалльной шкале в соответствии с критериями оценки результатов учебной деятельности обучающихся в учреждениях высшего образования, приведенными в Правилах аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Бизнес-группы на трансграничных рынках	Кафедра экономики торговли и услуг	Замечаний и предложений нет 