

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ В.Н.Шимов

“_____” _____ 20__ г.

Регистрационный № УД _____/уч.

ИНФРАСТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для
специальности

1 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Флерко С.Л., доцент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешних рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Шелег Н.С., доктор экономических наук, профессор кафедры экономики торговли, УО «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

Кирвель О.Ч., доцент кафедры международных экономических отношений УО «Белорусский государственный университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешних рынках «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 12 от 12 мая 2015 г.);

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

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Инфраструктура внешней торговли» разработана для обучающихся по специальности 1 25 01 10 «Коммерческая деятельность» в соответствии с образовательным стандартом специальности.

Учебная дисциплина «Инфраструктура внешней торговли» представляет собой систематизированное изложение теоретико-методологических и организационно-практических основ оценки инфраструктуры товарного рынка, направлена на формирование аналитического творческого мышления, умений и навыков использования аналитических инструментов в практической работе для объективной оценки возможностей товаропроизводителей на зарубежных рынках.

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов специальных знаний в области инфраструктурного обеспечения внешнеторговой деятельности, организации сбыта продукции на зарубежных рынках, развитие аналитического мышления у обучающихся;

Задачами дисциплины являются:

- изучение сущности инфраструктуры как объективного элемента рыночной системы;
- характеристика факторов, влияющих на развитие инфраструктуры товарного рынка и основных тенденций развития;
- приобрести умения и навыки применения аналитических инструментов для объективной оценки товаропроводящей сети за рубежом и ее различных форм;
- рассмотрение сущности и структуры системы информационно-маркетинговой поддержки внешнеторговой деятельности субъектов хозяйствования;
- анализ современного состояния инфраструктуры внешней торговли Республики Беларусь;
- приобрести навыки оценки навыков поиска внешнеторговой информации, позволяющей принимать обоснованные управленческие решения.

Структура программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают новые результаты экономических исследований и последние достижения в области педагогики и информационных технологий, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих профессиональных компетенций:

- ПК- 3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

- ПК- 4. Анализировать и оценивать собранные данные.
- ПК- 5. Владеть современными средствами телекоммуникаций.
- ПК- 6. Готовить доклады, материалы к презентациям.
- ПК- 7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.
- ПК-16. Оценивать перспективность бизнеса, его конкурентоспособность, эффективность.
- ПК-17. Обосновывать решения о выходе на внешние рынки и разрабатывать стратегии эффективного проникновения.
- ПК-18. Организовывать деятельность торговых организаций и коммерческих служб промышленных предприятий.
- ПК-21. Участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях.
- ПК-24. Принимать участие в исследованиях, связанных с совершенствованием коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.
- ПК-25. Изучать и анализировать тенденции развития потребительского рынка.
- ПК-28. Разрабатывать отдельные компоненты стратегии и тактики осуществления коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

В результате изучения учебной дисциплины «Инфраструктура внешней торговли» обучающийся должен:

знать:

- сущность и содержание инфраструктуры внешней торговли;
- особенности формирования инфраструктуры внешней торговли;

уметь:

- составлять конъюнктурные обзоры рынка;
- устанавливать деловые связи
- давать оценку современного состояния и форм организации товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом;
- исследовать рыночную конъюнктуру, проводить конкурентный анализ.

владеть:

- современными инструментами сбора, обработки и использования информации о конъюнктуре рынка;
- способами принятия решений и средствами их реализации;

- навыками построения товаропроводящих сетей за рубежом.

В соответствии с учебным планом специальности 1 25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа рассчитана на 86 часов, из них аудиторных занятий 54 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 28 часов; практических занятий – 26 часов. Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Тема 1. Инфраструктура как объективный элемент рыночной системы

Сущность термина «инфраструктура». Основные функции инфраструктуры..

Состав инфраструктурного комплекса экономики: производственная, социально-бытовая, институциональная, персональная, экологическая инфраструктура.

Понятие «рыночная инфраструктура». Подходы к содержанию термина в современной экономической литературе. Функции рыночной инфраструктуры и ее элементы.

Инфраструктурные элементы, обеспечивающие реализацию логистической цепи производственно-сбытовой деятельности предприятий. Услуги инфраструктурного сервиса.

Горизонтальные и вертикальные связи в развитии инфраструктуры.

Тема 2. Сущность и содержание инфраструктуры внешней торговли.

Сущность понятия «инфраструктура внешней торговли», цели ее функционирования. Основные цели функционирования инфраструктуры внешней торговли. Уровни развития инфраструктуры торговли и их взаимодействие. Функции инфраструктуры внешней торговли. Внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на развитие инфраструктуры внешней торговли.

Составляющие инфраструктуры внешней торговли. Основные элементы: товаропроводящая сеть, система информационно-маркетинговой поддержки, система координации и содействия развитию инфраструктуры.

Вспомогательные элементы: финансово-кредитная подсистема, подсистемы транспортного обслуживания, нормативно-правового и организационного обеспечения. Роль вспомогательных элементов в обеспечении функционирования инфраструктуры внешней торговли.

Оценка современного состояния инфраструктуры внешней торговли Республики Беларусь.

Задачи и функции органов государственного управления в развитии инфраструктуры Республики Беларусь.

РАЗДЕЛ 2 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКО-ПОСРЕДНИЧЕСКИХ УСЛУГ

Тема 3 Организация товаропроводящей сети за рубежом

Понятие «товаропроводящая сеть». Способы организации товаропроводящей сети за рубежом. Преимущества создания собственной товаропроводящей сети. Составляющие собственной товаропроводящей сети предприятий за рубежом.

Понятие внешнеторгового аппарата и способы его организации. Функции

внешнеторговой службы предприятия.

Зависимые посредники как канал сбыта продукции предприятия. Создание за рубежом подконтрольных сбытовых филиалов, экспортных дочерних компаний, ассоциированных компаний, дочерних торговых фирм. Специфика их работы.

Фирменные центры послепродажного обслуживания. Их функции и роль в организации сбыта продукции за рубежом.

Собственные предприятия по сборке продукции. Специфика организации деятельности за рубежом.

Торгово-логистический центр как элемент товаропроводящей сети предприятия, его функции.

Причины использования независимых посредников при создании товаропроводящей сети за рубежом. Регламентация внешнеторговой посреднической деятельности в Республике Беларусь. Современные тенденции деятельности внешнеторговых посредников в республике.

Характеристика ИС «Товаропроводящая сеть Республики Беларусь за рубежом», созданной РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен». Возможности проекта.

Тема 4. Использование посредников при экспорте продукции

Понятие внешнеторгового посредничества. Факторы, определяющие целесообразность использования посредников.

Виды посреднических операций: дилерские операции; комиссионные операции; операции по договорам поручения, агентские поручения.

Виды торгово-посреднических организаций, действующих на мировом рынке: торговые, комиссионные, агентские, брокерские, факторы.

Специфика деятельности торговых организаций и их разновидности: торговые дома, экспортные, импортные, оптовые, розничные фирмы, дистрибьюторы, стокисты.

Специфика договора консигнации.

Агентские фирмы. Характеристика агентов, действующих в стране принципала - экспортного агента и агента-резидента. Агенты, действующие в иностранном государстве. заграничный сбытовой агент, иностранная закупочная агентская фирма.

Брокерские конторы, понятие и функции. Преимущества использования брокерских услуг. Структура брокерской организации.

Торговые дома как универсальный элемент инфраструктуры внешней торговли.

Условия работы посредников на рынке: неисключительное право продажи; исключительное (монопольное) право продажи; преимущественное право продажи.

Тема 5. Товарные биржи и аукционы как составные элементы торгово-посреднической инфраструктуры внешней торговли

Понятие биржи, ее задачи и функции: посредническая; пенообразующая;

информационная; стабилизирующая.

Классификация биржевого товара, требования к нему. Формы биржевого посредничества. Объекты биржевой торговли: товары; нетоварные ценности. Участники биржевой торговли.

Классификация товарных бирж по характеру деятельности, масштабу действия, характеру биржевых операций, степени участия посетителей в биржевых торгах.

Понятие и виды биржевых сделок. Сделки с реальным товаром и сделки без реального товара.

Мировые товарные биржи. Их роль во внешней торговле стран.

Понятие аукциона и его характерные черты. Товары, выставаемые на аукционы. Классификация аукционов по видам, типам, форме проведения, виду торгов, принадлежности к рынку.

Организационные формы аукционной торговли: специализированные фирмы, брокерско-комиссионные фирмы, аукционные фирмы кооперативов и ассоциаций.

Тема 6. Организация выставочно-ярмарочной деятельности

Сущность понятий «выставка» и «ярмарка». Классификация выставок и ярмарок.

Факторы, определяющие необходимость участия предприятия в международной выставке. Модель выгод от организации и проведения выставок – ярмарок с точки зрения национальной экономики и международной торговли. Структура соотношения выгод от проведения выставок, получаемых его участниками.

Организация выставочного дела в Республике Беларусь. Правовое регулирование выставочно – ярмарочной деятельности.

Развитие рынка выставочных услуг в Беларуси. Участники международных специализированных выставок. Организация иностранных выставочных мероприятий на территории Беларуси. Отраслевая структура выставок, проводимых в республике.

РАЗДЕЛ 3. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 7. Понятие и структура системы информационно – маркетинговой поддержки внешнеторговой деятельности предприятий

Роль информации во внешнеэкономической деятельности. Информационная инфраструктура рынка.

Характеристика рынка маркетинговой информации и его участников.

Сущность системы информационно – маркетинговой поддержки. Составляющие маркетинговой информационной системы: подсистема сбора текущей внешнеторговой информации, подсистема маркетинговых исследований, подсистема классификации и обработки информации, подсистема анализа и

поддержки маркетинговых решений. Характеристика элементов системы и их взаимодействие.

Рекламные организации. Основные участники рынка рекламы. Преимущества использования рекламных агентств с полным циклом услуг.

Зарубежный опыт развития систем маркетинговой информации.

Необходимость развития системы маркетинговой информации в Республике Беларусь. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ее формирование.

Важнейшие официальные источники информации в республике. Неофициальная и аналитическая информация.

Проблемы функционирования системы маркетинговой информации в Беларуси и пути их решения.

Тема 8. Торгово-промышленная палата в инфраструктуре внешнеэкономической деятельности

Основы правового статуса торгово-промышленной палаты, а также поря док создания и деятельности торгово-промышленных палат. Руководящие органы торгово-промышленной палаты. Членство в торгово-промышленной палате. Создание торгово-промышленной палаты в Беларуси (БелТПП).

Белорусская торгово – промышленная палата – важнейший институт инфраструктуры внешней торговли. Условия возникновения, структура и функции БелТПП. Основные направления деятельности. Задачи БелТПП в области внешнеэкономической деятельности.

Устав торгово-промышленной палаты. Основные задачи торгово-промышленной палаты и принципы ее деятельности. Деятельность торгово-промышленной палаты в области внешнеэкономического сотрудничества. Деятельность торгово-промышленной палаты в области экспертизы, в области информации и рекламы, патентно-лицензионной деятельности. Цели, задачи и преимущества членства в БелТПП.

РАЗДЕЛ 4. ФИНАНСОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФРАСТРУКТУРЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ.

Тема 9. Финансово-кредитные организации как важнейший элемент инфраструктуры рынка

Значение финансово-кредитной системы в деятельности предприятий. Элементы финансовой системы.

Финансово-кредитные организации: банки и специализированные небанковские финансово-кредитные учреждения. Инвестиционные фонды. Пенсионные фонды. Благотворительные фонды. Финансовые компании. Кредитные агентства.

Банковская система Республики Беларусь. Основные функции Национального банка Республики Беларусь. Коммерческие банки. Инвестиционные банки. Ипотечные банки. Сберегательные банки. Экспортно-импортные банки.

Тема 10. Страхование внешнеторговой деятельности в условиях риска

Страховые компании и их виды: акционерные, взаимные, государственные, муниципальные.

Порядок установления взаимоотношения предприятия со страховой компанией.

Виды страхования: обычное, групповое, кредитное, промышленное.

Сущность страхования и формы организации страховых фондов.

Классификация видов и систем страхования.

Организация страхования имущества, товаров, транспортных средств.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	Финансово-кредитные организации как важнейший элемент инфраструктуры рынка	2	2					[4,5]	
10	Страхование внешнеторговой деятельности в условиях риска	2	2					[7]	Контрольная работа №4
	Всего часов	28	26				2		Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Инфраструктура внешней торговли»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к зачету, экзамену.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Ибрагимов, Л.А. Инфраструктура товарного рынка: учеб. пособие / Л.А. Ибрагимов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 359 с.
2. Инфраструктура рынка: пособие. – Гомель: ГГТУ им.О.П. Сухого, 2006. – 76 с.
3. Яровая, Н.П. Организация внешнеторговой деятельности: учебное пособие / Н.П. Яровая. – Мн.: БГЭУ, 2007. – 212 с.
4. Шелег, Н.С. Инфраструктура товарного рынка: Учебное пособие / Н.С. Шелег, Ю.И. Енин. - Минск : БГЭУ, 2012. - 412 с.
5. Шелег, Н.С. Концептуальные подходы к исследованию потребительского рынка (в условиях формирования ЕЭП), монография / Н.С. Шелег, И.М. Микулич [и др.] - М.: - СИА, 2012.- 132 с.

Дополнительная:

6. Бердышев, С.Н. Организация выставочной деятельности / С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 228 с.
7. Скамай, Л.Г. Страхование дело / Скамай Л.Г. – М.: Юрайт – Издат, 2013.- 352 с.
8. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник, под ред. Е.Ф. Прокушева. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2012 .- 527 с.
9. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник / Е. Ф. Прокушев. - 8-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 500 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, 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)
Коммерческая деятельность	Кафедра коммерческой деятельности на внутреннем и внешних рынках		протокол № 12 от 12 мая 2016 г
Внешнеторговая деятельность	Кафедра коммерческой деятельности на внутреннем и внешних рынках		протокол № 12 от 12 мая 2016 г

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
