

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский


(подпись)

_____ 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«МИРОВОЙ РЫНОК УСЛУГ»

По направлению подготовки 43.03.01 Сервис
Профиль: «Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Мировой рынок услуг» по направлению подготовки 43.03.01 Управление бизнес-процессами в сфере услуг – 33 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Мировой рынок услуг» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от

СОСТАВИТЕЛЬ:

старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории
Кондратьев С.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории «21» 03 2023 г., протокол № 13

Заведующий кафедрой
управления персоналом и экономической теории  Чумаченко Г.В.

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

Согласована:

Директор института управления и
государственной службы Харьковский Р.Г.

Переутверждена: « » 20 года, протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и
государственной службы «12» 04 2023 г., протокол № 8

Председатель учебно-методической
комиссии института управления и государственной службы  Резник А.А.

© Кондратьев С.А. 2023 год
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – подготовка специалистов, владеющих знаниями и теоретическими основами в области внешнеэкономической деятельности, предоставление студентам актуальной на момент обучения информации и необходимых знаний в области организации и техники внешнеторговой деятельности.

Задачи:

изучение основных этапов развития и структуры современного мирового рынка услуг;

иметь представление о субъектах мирового хозяйства и уровне социально-экономического развития стран, классификации стран в мировой экономике;

рассмотреть формы экономических взаимосвязей между национальными хозяйствами и особенности их проявления, товарную и географическую структуру современного мирового рынка услуг, особенности функционирования мирового рынка услуг и ценообразования на нем, а также международной экономической интеграции и деятельности международных экономических организаций.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Мировой рынок услуг» относится к обязательной части образовательной программы (Блок 1. Дисциплины (модули) по выбору).

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знания:

как формировать специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг умения;

умения:

выбирать и применять специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг;

навыки:

выбора и применения специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг.

Содержание дисциплины является логическим продолжением школьного курса.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.4. Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг	знать: как формировать специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг; уметь:

		выбирать и применять специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг; владеть: навыками выбора и применения специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг.
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)		108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего)	54		8
в том числе:			
Лекции	36		4
Семинарские занятия	-		
Практические занятия	18		4
Лабораторные работы	-		
Курсовая работа (курсовой проект)	-		
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-		
Самостоятельная работа студента (всего)	54		100
Форма аттестации	зачет		зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Экономические основы сферы услуг и роль сферы услуг в современном обществе. Природа и сущность услуги. Эволюция сферы услуги в России. Классификация видов деятельности в сфере услуг. Факторы динамичного развития сферы услуг в постиндустриальной экономике.

Тема 2. Понятие, особенности и механизм мирового рынка услуг.

Понятие, особенности, функции, механизм мирового рынка услуг. Предпосылки его возникновения, этапы развития и современные тенденции. Факторы, влияющие на развитие мирового рынка услуг. Структура и классификация рынков услуг.

Тема 3. Мировой рынок услуг и условия его формирования. Особенности мирового рынка услуг. Международные классификации торгуемых услуг. Характеристика основных макросегментов мирового рынка услуг. Анализ факторов, воздействующих на развитие мирового рынка услуг. Тенденции развития сферы услуг.

Тема 4. Методы анализа и прогнозирования развития мирового рынка услуг. Исследование структуры и инфраструктуры мирового рынка услуг. Современные методы прогнозирования мирового рынка услуг. Основы исследования и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг.

Тема 5. Конкуренция на мировом рынке услуг. Сущность и основные понятия международной конкуренции. Формы международной конкуренции. Отличие международной конкуренции от конкуренции на национальном рынке. Конкурентоспособность российских компаний на мировом рынке услуг.

Тема 6. Сущность формы и условия развития внешнеэкономической деятельности в сфере услуг. Основные формы внешнеэкономических связей. Факторы развития внешнеэкономической деятельности. Сущность внешнеэкономического комплекса страны.

Тема 7. Регулирование внешнеэкономической деятельности в сфере услуг в России. Цели и принципы регулирования внешнеэкономической деятельности. Органы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в России. Организация негосударственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Тарифные и нетарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности.

Тема 8. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия. Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Экономическое обоснование принимаемых решений.

Тема 9. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг. Сущность, принципы, методы маркетинга. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Информационное обеспечение маркетинга и прогнозирование. Этапы выбора маркетинговой стратегии и разработка сбытовой политики. Продвижение товаров на внешнем рынке.

Тема 10. Международный контракт оказания услуг и его структура. Сущность, виды и механизм действия внешнеторговых контрактов. Структура, преамбула, предмет и специфика услуги в контракте. Сроки, базисные условия поставки, качество услуги. Цена и общая сумма контракта, условия платежей. Штрафные санкции, форсмажор, претензии, арбитраж. Документы для оплаты, лицензии, типовые контракты, прочие условия.

Тема 11. Основные способы поставки услуг на мировом рынке, их особенности и специфика. Способы торговли услугами. Общая характеристика способов поставки услуг на мировой рынок. Отличия экспортно-импортных операций в сфере услуг от международных товарных операций.

Тема 12. Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг. Сущность международных расчетов и валютных операций. Внутренний валютный

рынок России. Основные формы международных расчетов. Валютно-финансовые условия внешнеторговых контрактов. Валютные риски. Пути совершенствования валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг.

Тема 13. Государственное регулирование мирового рынка услуг. Роль государства в международной торговле услугами. Классификации инструментов регулирования торговли со стороны государства. Виды таможенных пошлин и критерии классификации. Нетарифные инструменты регулирования международной торговли со стороны государства.

Тема 14. Современная система многосторонних договоренностей и обязательств в области мер регулирования торговли услугами. Всемирная торговая организация. Основные правовые документы ВТО. Структура и основные положения Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС). Сектора услуг подлежащих регулированию в рамках ГАТС. Законодательство Российской Федерации по вопросам торговли услугами.

Тема 15. Глобализация мирового рынка услуг. Сущность глобализации мирового рынка услуг. Предпосылки глобализации мирового рынка услуг. Основные факторы глобализации сервисных компаний. Обоснование основных проблем и последствий глобализации мирового рынка услуг. Перспективные направления развития рынка услуг в России.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1.	Экономические основы сферы услуг и роль сферы услуг в современном обществе	2		1
2.	Понятие, особенности и механизм мирового рынка услуг	2		1
3.	Мировой рынок услуг и условия его формирования	2		1
4.	Методы анализа и прогнозирования развития мирового рынка услуг	2		1
5.	Конкуренция на мировом рынке услуг	2		
6.	Сущность формы и условия развития внешнеэкономической деятельности в сфере услуг	4		
7.	Регулирование внешнеэкономической деятельности в сфере услуг в России	2		
8.	Организация внешнеэкономической деятельностью на предприятии сферы услуг	4		
9.	Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг	2		
10.	Международный контракт оказания услуг и его структура	4		
11.	Основные способы поставки услуг на мировом рынке: их особенности и специфика	2		

12.	Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг	2		
13.	Государственное регулирование мирового рынка услуг	2		
14.	Современная система многосторонних договоренностей и обязательств в области мер регулирования торговли услугами	2		
15.	Глобализация мирового рынка услуг	2		
Итого:		36		4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1.	Экономические основы сферы услуг и роль сферы услуг в современном обществе	1		1
2.	Понятие, особенности и механизм мирового рынка услуг	1		1
3.	Мировой рынок услуг и условия его формирования	1		1
4.	Методы анализа и прогнозирования развития мирового рынка услуг	1		1
5.	Конкуренция на мировом рынке услуг	1		
6.	Сущность формы и условия развития внешнеэкономической деятельности в сфере услуг	1		
7.	Регулирование внешнеэкономической деятельности в сфере услуг в России	1		
8.	Организация внешнеэкономической деятельностью на предприятии сферы услуг	2		
9.	Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг	1		
10.	Международный контракт оказания услуг и его структура	2		
11.	Основные способы поставки услуг на мировом рынке: их особенности и специфика	1		
12.	Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг	2		
13.	Государственное регулирование мирового рынка услуг	1		
14.	Современная система многосторонних договоренностей и обязательств в области мер регулирования торговли услугами	1		
15.	Глобализация мирового рынка услуг	1		
Итого:		18		4

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1.	Экономические основы сферы услуг и роль сферы услуг в современном обществе	4		7
2.	Понятие, особенности и механизм мирового рынка услуг	4		7
3.	Мировой рынок услуг и условия его формирования	4		7
4.	Методы анализа и прогнозирования развития мирового рынка услуг	4		7
5.	Конкуренция на мировом рынке услуг	4		7
6.	Сущность формы и условия развития внешнеэкономической деятельности в сфере услуг	4		7
7.	Регулирование внешнеэкономической деятельности в сфере услуг в России	3		6
8.	Организация внешнеэкономической деятельностью на предприятии сферы услуг	4		7
9.	Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг	3		6
10.	Международный контракт оказания услуг и его структура	4		7
11.	Основные способы поставки услуг на мировом рынке: их особенности и специфика	3		7
12.	Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг	4		7
13.	Государственное регулирование мирового рынка услуг	3		6
14.	Современная система многосторонних договоренностей и обязательств в области мер регулирования торговли услугами	3		6
15.	Глобализация мирового рынка услуг	3		6
Итого:		54		100

4.6. Курсовые работы/проекты по дисциплине не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и

предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Международный рынок услуг: учебник / под ред. В.А. Черненко. – СПб.: Нестор-История, 2011. – 212 с.

2. Румянцев А.П. Мировой рынок услуг: учебное пособие / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко. – М.: Центр учебной литературы, 2016. – 456 с.

3. Кузнецова Г.В. Международная торговля товарами и услугами: учебник для бакалавриата и магистратуры / Г.В. Кузнецова, Г.В. Подбиралина. – М.: Издательство Юрайт. – 2015. – 571 с.

б) дополнительная литература:

1. Мировая экономика: учеб. / Л.С. Падалкина, В.В. Ключков, С.В. Тарасова [и др.]; под ред. И.П. Николаевой. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 240 с.

2. Зверев Ю.М. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие. – Калининград, 2000. – 124 с.

3. Киреев А.П. Международная экономика. – Ч.1 Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: учебное пособие для вузов. – М.: Международные отношения, 2000. – 416 с.

4. Международный рынок услуг [Текст] : учебник / [В. А. Черненко и др.] ; под ред. В. А. Черненко ; Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики. — Санкт-Петербург : Нестор-История, 2011. - 211 с.

5. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавров / С. В. Карпова. - 4-е, изд. – М.: Дашков и К, 2017. - 298 с.

6. Тимохина, Г. С. Российский рынок услуг private banking: исследование, анализ, стратегии : монография / Г. С. Тимохина. - Москва : Креативная экономика, 2018. - 176 с.

в) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com

Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Мировой рынок услуг»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	Пороговый	знать: как формировать специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг
Основной		Базовый	уметь: выбирать и применять специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг
Заключительный		Высокий	владеть: навыками выбора и применения специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.4. Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг	Тема 1. <i>Экономические основы сферы услуг и роль сферы услуг в современном обществе</i> Тема 2. <i>Понятие, особенности и механизм мирового рынка услуг</i>	3

				<p>Тема 3. Мировой рынок услуг и условия его формирования</p> <p>Тема 4. Методы анализа и прогнозирования развития мирового рынка услуг</p> <p>Тема 5. Конкуренция на мировом рынке услуг</p> <p>Тема 6. Сущность формы и условия развития внешнеэкономической деятельности в сфере услуг</p> <p>Тема 7. Регулирование внешнеэкономической деятельности в сфере услуг в России</p> <p>Тема 8. Организация внешнеэкономической деятельности на предприятии сферы услуг</p> <p>Тема 9. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг</p> <p>Тема 10. Международный контракт оказания услуг и его структура</p> <p>Тема 11. Основные способы поставки услуг на мировом рынке: их особенности и специфика</p> <p>Тема 12. Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг</p> <p>Тема 13. Государственное регулирование мирового рынка услуг</p> <p>Тема 14. Современная система многосторонних договоренностей и</p>	
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<i>обязательств в области мер регулирования торговли услугами</i> Тема 15. <i>Глобализация мирового рынка услуг</i>	
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
----------	--------------------	-----------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------	----------------------------------------

ОПК-4.

Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов

ОПК-4.4. Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг

Знать как формировать специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг
Уметь выбирать и применять специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг
Владеть навыками выбора и применения специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг

Тема 1.
Экономические основы сферы услуг и роль сферы услуг в современном обществе
Тема 2.
Понятие, особенности и механизм мирового рынка услуг
Тема 3.
Мировой рынок услуг и условия его формирования
Тема 4.
Методы анализа и прогнозирования развития мирового рынка услуг
Тема 5.
Конкуренция на мировом рынке услуг
Тема 6.
Сущность формы и условия развития внешнеэкономической деятельности в сфере услуг
Тема 7.
Регулирование внешнеэкономической деятельности в сфере услуг в России
Тема 8.
Организация внешнеэкономической деятельности на предприятии сферы услуг
Тема 9.
Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия сферы услуг
Тема 10.
Международный контракт оказания услуг и его структура
Тема 11.
Основные способы поставки услуг на мировом рынке: их особенности и специфика
Тема 12.
Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг
Тема 13.
Государственное регулирование мирового рынка услуг
Тема 14.
Составляющая системы

тестовые задания, разноуровневые задания и задачи, практическое (прикладное) задание

1. Типовые тестовые задания

(пороговый уровень)

1. В общем виде под услугами принято понимать:
 - А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения
 - Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде
 - В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов
 - Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

2. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:
 - А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту
 - Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту
 - В) они осязаемы и видимы
 - Г) они не осязаемы и невидимы
 - Д) не поддаются хранению
 - Е) поддаются хранению

3. Степень монополизации в мировой торговле услугами:
 - А) ниже, чем международной торговли товарами
 - Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами
 - В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами
 - Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения
 - Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

4. Развитые страны специализируются на предоставлении:
 - А) деловых услуг
 - Б) финансовых услуг
 - В) услуг по предоставлению передовых технологий
 - Г) услуг транспорта и связи
 - Д) коммуникационных услуг

5. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:
 - А) выше среднемировых значений
 - Б) выше уровня развивающихся стран
 - В) ниже среднемировых значений
 - Г) невысока
 - Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

6. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:
 - А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя
 - Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца
 - В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца
 - Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товароборот

Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном, так и на международном уровнях

7. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

А) политизированность услуг и международное разделение труда

Б) большая территориальная привязанность и локализованность

В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ

Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества

Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения

8. В общем виде под услугами принято понимать:

А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения

Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде

В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов

Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

9. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту

Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту

В) они осязаемы и видимы

Г) они не осязаемы и невидимы

Д) не поддаются хранению

Е) поддаются хранению

10. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

А) ниже, чем международной торговли товарами

Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами

В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами

Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения

Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

11. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

А) выше среднемировых значений

Б) выше уровня развивающихся стран

В) ниже среднемировых значений

Г) невысока

Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

12. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:

А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя

Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот

Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном так и на международном уровнях

13. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

А) политизированность услуг и международное разделение труда

Б) большая территориальная привязанность и локализованность

В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ

Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества

Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения

Е) выраженная сегментированность спроса на услуги в зависимости от доходов, цен, субъективной оценки потребителем значимости услуги

Ж) существенность неценовых барьеров входа на рынок и абсолютными преимуществами уже действующих в отрасли предприятий

14. К проблемам регулирования международного рынка услуг относятся:

А) недостаточное внимание, уделяемое проблеме регулирования международной торговли услугами национальными и международными организациями

Б) санкционная экономическая политика по отношению к целому ряду государств

В) наличие коммерческой и некоммерческой составляющей при экспорте услуг для экспорта образовательных, медицинских, аудиторских и консалтинговых услуг из развитых стран в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой

Г) сложности, связанные с оценкой стоимости экспортируемых услуг

15. Услуги, ранее относившиеся к «неторгуемым» товарам, это:

А) торговля международными санкционными товарами

Б) товары, которые потребляются в той же стране, где они и производятся

В) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой

Г) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой, попавшей под экономические санкции

Д) товары, которые потребляются в одной стране, попавшей под экономические санкции, а производятся – в другой

16. Услуги делятся на:

А) факторинговые

Б) факторные

В) нефакторные

Г) консалтинговые

Д) специальные

Е) профессиональные

17. В документах Всемирной торговой организации выделяют следующие основные формы международной торговли услугами:

А) перемещение потребителя услуг в другую страну в качестве беженца

Б) поставка услуг через границу

В) перемещение потребителя услуг в другую страну для его дальнейшего трудоустройства

Г) перемещение потребителя услуг в страну их производителя

- Д) коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны
- Е) временное перемещение за границу физического лица-поставщика услуг

18. Факторами, обусловившими интенсивное развитие международной торговли услугами в послевоенный период, стали:

- А) НТР в развивающихся странах, «сброс» колониального ига
- Б) НТП, способствовавший росту производства услуг, появлению их новых видов и расширению сфер их применения
- В) развитие международной торговли товарами и технологиями, миграция капиталов
- Г) длительный экономический подъем в большинстве стран мира
- Д) увеличение доли услуг в структуре ВВП во многих странах мира

19. В общем виде под услугами принято понимать:

- А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения
- Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде
- В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов
- Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

20. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

- А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту
- Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту
- В) они осязаемы и видимы
- Г) они не осязаемы и невидимы
- Д) не поддаются хранению
- Е) поддаются хранению

21. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

- А) ниже, чем международной торговли товарами
- Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами
- В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами
- Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения
- Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

22. Развитые страны специализируются на предоставлении:

- А) деловых услуг
- Б) финансовых услуг
- В) услуг по предоставлению передовых технологий
- Г) услуг транспорта и связи
- Д) коммуникационных услуг

23. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

- А) выше среднемировых значений
- Б) выше уровня развивающихся стран
- В) ниже среднемировых значений
- Г) невысока
- Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

24. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:

А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя

Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот

Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном, так и на международном уровнях

25. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

А) политизированность услуг и международное разделение труда

Б) большая территориальная привязанность и локализованность

В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ

Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества

Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения

26. В общем виде под услугами принято понимать:

А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения

Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде

В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов

Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

27. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту

Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту

В) они осязаемы и видимы

Г) они не осязаемы и невидимы

Д) не поддаются хранению

Е) поддаются хранению

28. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

А) ниже, чем международной торговли товарами

Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами

В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами

Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения

Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

29. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

А) выше среднемировых значений

Б) выше уровня развивающихся стран

В) ниже среднемировых значений

Г) невысока

Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

30. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:

А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя

Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот

Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном так и на международном уровнях

31. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

А) политизированность услуг и международное разделение труда

Б) большая территориальная привязанность и локализованность

В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ

Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества

Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения

Е) выраженная сегментированность спроса на услуги в зависимости от доходов, цен, субъективной оценки потребителем значимости услуги

Ж) существенность неценовых барьеров входа на рынок и абсолютными преимуществами уже действующих в отрасли предприятий

32. К проблемам регулирования международного рынка услуг относятся:

А) недостаточное внимание, уделяемое проблеме регулирования международной торговли услугами национальными и международными организациями

Б) санкционная экономическая политика по отношению к целому ряду государств

В) наличие коммерческой и некоммерческой составляющей при экспорте услуг для экспорта образовательных, медицинских, аудиторских и консалтинговых услуг из развитых стран в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой

Г) сложности, связанные с оценкой стоимости экспортируемых услуг

33. Услуги, ранее относившиеся к «неторгуемым» товарам, это:

А) торговля международными санкционными товарами

Б) товары, которые потребляются в той же стране, где они и производятся

В) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой

Г) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой, попавшей под экономические санкции

Д) товары, которые потребляются в одной стране, попавшей под экономические санкции, а производятся – в другой

34. Услуги делятся на:

А) факторинговые

Б) факторные

В) нефакторные

Г) консалтинговые

- Д) специальные
- Е) профессиональные

35. В документах Всемирной торговой организации выделяют следующие основные формы международной торговли услугами:

- А) перемещение потребителя услуг в другую страну в качестве беженца
- Б) поставка услуг через границу
- В) перемещение потребителя услуг в другую страну для его дальнейшего трудоустройства
- Г) перемещение потребителя услуг в страну их производителя
- Д) коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны
- Е) временное перемещение за границу физического лица-поставщика услуг

36. Факторами, обусловившими интенсивное развитие международной торговли услугами в послевоенный период, стали:

- А) НТР в развивающихся странах, «сброс» колониального ига
- Б) НТП, способствовавший росту производства услуг, появлению их новых видов и расширению сфер их применения
- В) развитие международной торговли товарами и технологиями, миграция капиталов
- Г) длительный экономический подъем в большинстве стран мира
- Д) увеличение доли услуг в структуре ВВП во многих странах мира

37. В общем виде под услугами принято понимать:

- А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения
- Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде
- В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов
- Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

38. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

- А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту
- Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту
- В) они осязаемы и видимы
- Г) они не осязаемы и невидимы
- Д) не поддаются хранению
- Е) поддаются хранению

39. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

- А) ниже, чем международной торговли товарами
- Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами
- В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами
- Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения
- Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

40. Развитые страны специализируются на предоставлении:

- А) деловых услуг
- Б) финансовых услуг
- В) услуг по предоставлению передовых технологий
- Г) услуг транспорта и связи

Д) коммуникационных услуг

41. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

А) выше среднемировых значений

Б) выше уровня развивающихся стран

В) ниже среднемировых значений

Г) невысока

Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

42. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:

А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя

Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца

Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот

Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном, так и на международном уровнях

43. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

А) политизированность услуг и международное разделение труда

Б) большая территориальная привязанность и локализованность

В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ

Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества

Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодам реагирования на ее изменения

44. В общем виде под услугами принято понимать:

А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения

Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде

В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов

Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

45. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту

Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту

В) они осязаемы и видимы

Г) они не осязаемы и невидимы

Д) не поддаются хранению

Е) поддаются хранению

46. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

А) ниже, чем международной торговли товарами

Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами

- В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами
- Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения
- Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

47. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

- А) выше среднемировых значений
- Б) выше уровня развивающихся стран
- В) ниже среднемировых значений
- Г) невысока
- Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

48. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:

- А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя
- Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца
- В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца
- Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот
- Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном так и на международном уровнях

49. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

- А) политизированность услуг и международное разделение труда
- Б) большая территориальная привязанность и локализованность
- В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ
- Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества
- Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения
- Е) выраженная сегментированность спроса на услуги в зависимости от доходов, цен, субъективной оценки потребителем значимости услуги
- Ж) существенность неценовых барьеров входа на рынок и абсолютными преимуществами уже действующих в отрасли предприятий

50. К проблемам регулирования международного рынка услуг относятся:

- А) недостаточное внимание, уделяемое проблеме регулирования международной торговли услугами национальными и международными организациями
- Б) санкционная экономическая политика по отношению к целому ряду государств
- В) наличие коммерческой и некоммерческой составляющей при экспорте услуг для экспорта образовательных, медицинских, аудиторских и консалтинговых услуг из развитых стран в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой
- Г) сложности, связанные с оценкой стоимости экспортируемых услуг

51. Услуги, ранее относившиеся к «неторгуемым» товарам, это:

- А) торговля международными санкционными товарами
- Б) товары, которые потребляются в той же стране, где они и производятся
- В) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой

Г) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой, попавшей под экономические санкции

Д) товары, которые потребляются в одной стране, попавшей под экономические санкции, а производятся – в другой

52. Услуги делятся на:

А) факторинговые

Б) факторные

В) нефакторные

Г) консалтинговые

Д) специальные

Е) профессиональные

53. В документах Всемирной торговой организации выделяют следующие основные формы международной торговли услугами:

А) перемещение потребителя услуг в другую страну в качестве беженца

Б) поставка услуг через границу

В) перемещение потребителя услуг в другую страну для его дальнейшего трудоустройства

Г) перемещение потребителя услуг в страну их производителя

Д) коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны

Е) временное перемещение за границу физического лица-поставщика услуг

54. Факторами, обусловившими интенсивное развитие международной торговли услугами в послевоенный период, стали:

А) НТР в развивающихся странах, «сброс» колониального ига

Б) НТП, способствовавший росту производства услуг, появлению их новых видов и расширению сфер их применения

В) развитие международной торговли товарами и технологиями, миграция капиталов

Г) длительный экономический подъем в большинстве стран мира

Д) увеличение доли услуг в структуре ВВП во многих странах мира

55. В общем виде под услугами принято понимать:

А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения

Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде

В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов

Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

56. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту

Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту

В) они осязаемы и видимы

Г) они не осязаемы и невидимы

Д) не поддаются хранению

Е) поддаются хранению

57. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

А) ниже, чем международной торговли товарами

- Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами
- В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами
- Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения
- Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

58. Развитые страны специализируются на предоставлении:

- А) деловых услуг
- Б) финансовых услуг
- В) услуг по предоставлению передовых технологий
- Г) услуг транспорта и связи
- Д) коммуникационных услуг

59. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

- А) выше среднемировых значений
- Б) выше уровня развивающихся стран
- В) ниже среднемировых значений
- Г) невысока
- Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

60. Особенностью международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами не является:

- А) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя
- Б) в импорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца
- В) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца
- Г) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот
- Д) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном, так и на международном уровнях

61. К характеристикам мирового рынка услуг не относится

- А) политизированность услуг и международное разделение труда
- Б) большая территориальная привязанность и локализованность
- В) присутствие на рынке услуг социально значимых благ
- Г) высокая степень дифференциации услуг по потребительским характеристикам и по уровню качества
- Д) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения

62. В общем виде под услугами принято понимать:

- А) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для населения
- Б) разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде
- В) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для хозяйствующих субъектов
- Г) определённые виды деятельности в сфере оказания услуг для физических и юридических лиц

63. Основные отличия услуг от товаров в материальной форме:

- А) производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту
- Б) производство и потребление услуг не совпадают по времени и месту
- В) они осязаемы и видимы
- Г) они не осязаемы и невидимы
- Д) не поддаются хранению
- Е) поддаются хранению

64. Степень монополизации в мировой торговле услугами:

- А) ниже, чем международной торговли товарами
- Б) гораздо выше, чем международной торговли товарами
- В) ниже, чем международной торговли сырьевыми товарами
- Г) ниже, чем международной торговли товарами машиностроения
- Д) гораздо выше, чем международной торговли сырьевыми товарами

65. Доля стран с переходной экономикой в мировой торговле услугами:

- А) выше среднемировых значений
- Б) выше уровня развивающихся стран
- В) ниже среднемировых значений
- Г) невысока
- Д) является удовлетворительной для своего уровня развития

66. К проблемам регулирования международного рынка услуг относятся:

- А) недостаточное внимание, уделяемое проблеме регулирования международной торговли услугами национальными и международными организациями
- Б) санкционная экономическая политика по отношению к целому ряду государств
- В) наличие коммерческой и некоммерческой составляющей при экспорте услуг для экспорта образовательных, медицинских, аудиторских и консалтинговых услуг из развитых стран в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой
- Г) сложности, связанные с оценкой стоимости экспортируемых услуг

67. Услуги, ранее относившиеся к «неторгуемым» товарам, это:

- А) торговля международными санкционными товарами
- Б) товары, которые потребляются в той же стране, где они и производятся
- В) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой
- Г) товары, которые потребляются в одной стране, а производятся – в другой, попавшей под экономические санкции
- Д) товары, которые потребляются в одной стране, попавшей под экономические санкции, а производятся – в другой

68. Услуги делятся на:

- А) факторинговые
- Б) факторные
- В) нефакторные
- Г) консалтинговые
- Д) специальные
- Е) профессиональные

69. В документах Всемирной торговой организации выделяют следующие основные формы международной торговли услугами:

- А) перемещение потребителя услуг в другую страну в качестве беженца
- Б) поставка услуг через границу

В) перемещение потребителя услуг в другую страну для его дальнейшего трудоустройства

Г) перемещение потребителя услуг в страну их производителя

Д) коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны

Е) временное перемещение за границу физического лица-поставщика услуг

70. Факторами, обусловившими интенсивное развитие международной торговли услугами в послевоенный период, стали:

А) НТР в развивающихся странах, «сброс» колониального ига

Б) НТП, способствовавший росту производства услуг, появлению их новых видов и расширению сфер их применения

В) развитие международной торговли товарами и технологиями, миграция капиталов

Г) длительный экономический подъем в большинстве стран мира

Д) увеличение доли услуг в структуре ВВП во многих странах мира

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85-100%правильныхответов
4	71-85%правильныхответов
3	61-70%правильныхответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Разноуровневые задачи и задания

(базовый уровень)

Задача 1. На одном сегменте рынка конкурируют три фирмы – А, В, С. Фирма А в последний день мая провела исследование мнения покупателей по товарам, которые продают все три фирмы. В результате опроса было определено, что престиж товарной марки фирмы А соответствует 40 %, В – 40 %, С – 20 %. Проведенное в конце июня повторное обследование мнения потребителей дало соответственно следующие показатели: 42, 30, 28 %. Такая динамика вызвала чувство удовлетворения у руководителя маркетингового подразделения фирмы А, однако в данной ситуации этой фирме следует обратить внимание на рост престижа товаров фирмы С и учесть этот факт в своей деятельности. Иначе говоря, следует определить, как отразится на рыночной доле фирмы А сохранение такой тенденции в будущем. При анализе данной ситуации можно определить движение потребительских симпатий от фирмы к фирме. В результате проведенного исследования были получены следующие данные. На конец мая у фирмы А было 400 покупателей, у фирмы В – 400, С – 200. Фирма А забрала у фирмы В – 120, а у фирмы С – 20 покупателей. В то же время фирма А отдала фирме В – 80, а фирме С – 40 своих покупателей. Фирма В забрала у фирмы С 20 покупателей и отдала ей 80 своих.

Рассчитайте доли рынка фирм А, В, С на конец июля, августа, сентября, предполагая сохранение показателей лояльности, оттока и притока покупателей в будущем при условии раздела рынка между этими тремя фирмами. Проанализируйте складывающуюся тенденцию

Задача 2. За 2017 г. объем производства зерна в России составил 63 млн тонн. Импорт зерновых в среднем составляет 300 тыс. тонн в год, а экспорт – 30 млн тонн. Величина изменения объемов складских запасов зерна на начало и конец периода составила 243 млн тонн.

Определите емкость рынка зерна в России методом, основанным на структурных характеристиках рынка.

Задача 3. Новое предприятие по производству обуви собирается обслуживать следующий сегмент потребителей: мужчины и женщины с небольшим размером ноги. Всего на рынке 780000 потребителей, из них 49 % – мужчины. По данным исследований, всего у 25 % потребителей от общего количества маленький размер ноги. Новое предприятие решает сосредоточить свои усилия на обслуживании клиентов, доля которых составляет 62 % от общего количества потребителей со средним достатком, удельный вес которых составляет 40 %. Средняя цена единицы продукции составляет: женской – 3000 руб, мужской – 3500 руб. Предприятию следует через год вернуть кредит банку в размере 2000 тыс. руб. Доля рынка в первом году составит 25 %.

Определите привлекательность сегмента рынка обуви маленького размера, рассчитав емкость целевого сегмента рынка.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках освоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

3. Практическое (прикладное) задание (заключительный уровень)

Ситуация 1.

На рынке г. Краснодара функционирует с 2002 г. предприятие ООО «Петров и К^о» – кондитерский комбинат, выпускающий на рынок шоколадные конфеты, печенье, пряники, рулеты и вафли. В 2016 г. комбинат столкнулся с проблемой снижения спроса и решил провести маркетинговое исследование, целью которого было выявить потребительские предпочтения потребителей в отношении шоколадных конфет.

Вопросы и задания:

1. Какой тип исследований и почему следует провести комбинату: полевое или кабинетное?
2. Какие источники информации необходимо исследовать комбинату?
3. Какой метод исследования рекомендуется выбрать комбинату?
4. Рассчитайте прогноз объема продаж шоколадных конфет в 2017 г., если за последние три года продажи составили 200, 291, 392 тыс. руб.

Ситуация 2.

Компания ОАО «Coca Cola» является крупнейшим производителем безалкогольных напитков в мире. В России у компании есть филиал. Организационная структура филиала компании в России включает в себя следующие отделы: отдел маркетинга, в составе: маркетологи, специалисты по рекламе, бренд-менеджеры; производственный отдел, в составе: технологи, инженеры; финансовый отдел, в составе: экономисты, бухгалтера; отдел научных исследований и разработок, в составе: исследователи, научные сотрудники. Управление маркетинговой деятельностью в компании является децентрализованным. Компания имеет целый портфель раскрученных брендов. Для каждого нового проекта назначается отдельный руководитель проекта

Вопросы и задания:

Постройте для филиала компании в России организационную структуру управления. Покажите связи с отделами.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Практическое (прикладное) задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Природа и сущность услуги.
2. Эволюция сферы услуги в России.
3. Классификация видов деятельности в сфере услуг.
4. Факторы динамичного развития сферы услуг в постиндустриальной экономике.
5. Понятие, особенности, функции, механизм мирового рынка услуг.
6. Предпосылки его возникновения, этапы развития и современные тенденции.
7. Факторы, влияющие на развитие мирового рынка услуг.
8. Структура и классификация рынков услуг.
9. Особенности мирового рынка услуг.
10. Международные классификации торгуемых услуг.
11. Характеристика основных макросегментов мирового рынка услуг.
12. Анализ факторов, воздействующих на развитие мирового рынка услуг.
13. Тенденции развития сферы услуг.

14. Исследование структуры и инфраструктуры мирового рынка услуг.
15. Современные методы прогнозирования мирового рынка услуг.
16. Основы исследования и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг.
17. Сущность и основные понятия международной конкуренции.
18. Формы международной конкуренции.
19. Отличие международной конкуренции от конкуренции на национальном рынке.
20. Конкурентоспособность российских компаний на мировом рынке услуг.
21. Основные формы внешнеэкономических связей.
22. Факторы развития внешнеэкономической деятельности.
23. Сущность внешнеэкономического комплекса страны.
24. Цели и принципы регулирования внешнеэкономической деятельности.
25. Органы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в России.
26. Организация негосударственного регулирования внешнеэкономической деятельности.
27. Тарифные и нетарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности.
28. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия.
29. Работа предприятия по выходу на внешний рынок.
30. Экономическое обоснование принимаемых решений.
31. Способы торговли услугами.
32. Общая характеристика способов поставки услуг на мировой рынок.
33. Отличия экспортно-импортных операций в сфере услуг от международных товарных операций.
34. Сущность международных расчетов и валютных операций.
35. Внутренний валютный рынок России.
36. Основные формы международных расчетов.
37. Валютно-финансовые условия внешнеторговых контрактов.
38. Пути совершенствования валютно-финансовых отношений на мировом рынке услуг.
39. Роль государства в международной торговле услугами.
40. Классификации инструментов регулирования торговли со стороны государства.
41. Виды таможенных пошлин и критерии классификации.
42. Нетарифные инструменты регулирования международной торговли со стороны государства.
43. Сущность глобализации мирового рынка услуг.
44. Предпосылки глобализации мирового рынка услуг.
45. Основные факторы глобализации сервисных компаний.
46. Обоснование основных проблем и последствий глобализации мирового рынка услуг.
47. Перспективные направления развития рынка услуг в России.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «ЭКЗАМЕН»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (зачёт)
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает	зачтено

	рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы	не зачтено

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)