

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ**

### **Автор:**

канд. экон. наук, доцент Г.В. Кузнецова

### **Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Управление внешнеторговой деятельностью компании»

### **Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в способности оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия.

### **План курса:**

Тема 1. Введение. Основные понятия, сущность международной торговли и мирового рынка в условиях глобализации. Теории и концепции становления и развития международной торговли.

Основные тенденции современного развития МЭ и МЭО, расстановка сил, факторы влияния, Роль международной торговли как двигателя экономического развития стран. Основные понятия, характеризующие сущность международной торговли (МТ) и мирового рынка (МР). Международное разделение труда (МРТ) – основа развития международной торговли. Основные факторы влияния на развитие МТ в условиях глобализации.

Тема 2. Основные тенденции развития международной торговли товарами и услугами.

Роль и место международной торговли в развитии мирового хозяйства. Формирование мирового рынка. Основные тенденции и характеристики развития МТ, факторы воздействия. Влияние НТП. Взаимодействие МВФО и международной торговли. Внешнеэкономическая политика и экономическая дипломатия государств. Изменения в структуре мировой. Устойчивый рост доли услуг. Повышение роли развивающихся стран. Фактор Китая. Роль иностранных инвестиций в развитии внешней торговли.

Тема 3. Международная торговля товарами, структура и основные тенденции.

Понятие мирового рынка. Конъюнктура и цены мирового рынка и факторы их формирования.

Тема 4. Инструменты регулирования международной торговли товарами и услугами.

Регулирование внешнеэкономической сферы на международном и национальном уровне, основные механизмы регулирования. Тарифные и нетарифные методы регулирования, Понятие таможенной пошлины и таможенных платежей. Цели тарифной политики государства. Нетарифные методы – количественные, финансовые, административные и др. ограничения. Основные нормы международного регулирования (имеющиеся соглашения, ИНКОТЕРМС, Венская конвенция и пр.).

Тема 5. Международная торговля услугами и объектами интеллектуальной собственности (ОИС).

Основные тенденции развития международной торговли услугами. Понятие услуга. Характеристика услуг как предмета торговли. Торгуемые и неторгуемые услуги. Структура международной торговли услугами: поездки, транспорт, прочие. Развитие современных услуг. Роль торговли услугами в экономике стран мира. Россия на международном рынке услуг. Способы и формы передачи знаний на некоммерческой и коммерческой основе. Понятие интеллектуальной собственности. Международная торговая система продуктами интеллектуальной деятельности. Роль ГАТС и ТРИПС.

Тема 6. Особенности участия отдельных стран и регионов в международной торговле.

Показатели участия стран в международной торговле и ее классификация.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины «Международная торговля товарами и услугами» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

- при проведении занятий семинарского типа:

дискуссия, эссе, кейс, промежуточный тест, доклады.

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): письменно в форме ответов на вопросы и защита курсовой работы.

**Основная литература:**

1. Синяева И.М. Маркетинг услуг. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/17586>
2. В.Т. Гришина. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Дашков и К, 2013. <http://www.iprbookshop.ru/14059>