

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ А.А.Варвашеня
30.08.2024

ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

к зачёту по учебной дисциплине

«Внешнеэкономическая деятельность в индустрии туризма и гостеприимства» для студентов 4 курса дневной формы получения образования

по специальности

1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» на 2024/2025 учебный год

1. Место и роль внешнеэкономической деятельности в индустрии туризма и гостеприимства в экономике Республики Беларусь.
2. Основные формы внешнеэкономических связей. Факторы развития внешнеэкономической деятельности.
3. Основные формы и виды внешнеэкономической деятельности в индустрии туризма и гостеприимства и их характеристика.
4. Предпосылки и необходимость развития внешнеэкономической деятельности индустрии туризма и гостеприимства.
5. Объем, структура, динамика экспорта услуг индустрии туризма и гостеприимства Республики Беларусь. Основные внешнеэкономические партнеры.
6. Внешнеэкономический потенциал развития индустрии туризма и гостеприимства.
7. Иностранные инвестиции в индустрии туризма и гостеприимства. Формы инвестирования.
8. Деятельность совместных и иностранных предприятий. Участие Республики Беларусь в международном сотрудничестве.
9. Модели внешнеэкономических связей страны и типы государственного вмешательства во внешнеэкономическую сферу.
10. Механизм государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, характеристика его элементов.
11. Цели и интересы участников внешнеэкономической деятельности, согласование их целей и интересов.
12. Внешнеэкономическая политика государства и её составляющие. Принципы и методы регулирования внешнеэкономической деятельности в зарубежных странах.
13. Профиль внешнеэкономической деятельности и характер внешнеэкономических операций организаций.
14. Государство как субъект внешнеэкономической деятельности.

15. Виды иностранных контрагентов (фирмы, государственные органы и организации, союзы предпринимателей, международные организации системы ООН) и их характеристика.

16. Критерии выбора страны и организации контрагента. Принципы и факторы, определяющие выбор зарубежного партнера.

17. Сущность консалтинга, виды консалтинговых услуг. Эффективность консалтинг-менеджмента.

18. Оперативно-коммерческая работа по изучению потенциальных партнеров во внешнеэкономической деятельности.

19. Преимущества, предпосылки и условия развития внешнеэкономической деятельности предприятия.

20. Концепция развития внешнеэкономической деятельности предприятия.

21. Организационные структуры управления внешнеэкономической деятельностью на предприятии, критерии ее оптимального выбора.

22. Формы организации внешнеэкономической службы предприятия, их характеристика, преимущества и недостатки.

23. Особенности организационно-коммуникативного построения предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

24. Виды внешнеэкономических операций. Правовая форма внешнеэкономических операций.

25. Внешнеэкономические операции по купле-продаже товаров и услуг.

26. Методы осуществления внешнеэкономических операций, их преимущества и недостатки.

27. Конкурентоспособность экспортных товаров и услуг организации, влияющие факторы. Политика создания новых конкурентоспособных продуктов.

28. Основные инструменты государственного регулирования внешнеэкономической деятельности организации.

29. Планирование внешнеэкономической деятельности на предприятии.

30. Способы и формы выхода предприятия на внешний рынок.

31. Использование интернет-технологий во внешнеэкономической деятельности предприятий.

32. Основные этапы стратегического планирования внешнеэкономической деятельности.

33. Стратегия маркетинга внешнеэкономической деятельности предприятия, его роль в стратегическом планировании внешнеэкономической деятельности.

34. Разработка конкурентной стратегии на основе оценки стратегической позиции предприятия на мировом рынке.

35. Подготовка и проведение переговорного процесса. Организация переговоров.

36. Особенности ценообразования и ценовой стратегии во внешнеэкономической деятельности предприятия. Виды ценовых стратегий.

37. Современные формы финансирования внешнеэкономической деятельности предприятия. Кредитование внешнеэкономических сделок.
38. Лизинг как форма международного инвестирования.
39. Факторинг и форфейтинг – инструменты кредитования внешнеэкономической деятельности предприятий.
40. Международная стандартизация как гарантия качества товара.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента туризма и гостеприимства
Протокол № 1 от 30.08.2024 г.