

## CONTROL QUESTIONS FOR THE TEST

1. The evolution of schools of strategic management.
2. The prerequisites for the development of strategic management at enterprises.
3. Organization of foreign economic activity management at enterprise levels.
4. Sources of legal regulation of foreign economic activity.
5. Methods of state regulation of foreign economic activity.
6. The concept, structure and functions of the customs tariff.
7. Development of the customs tariff in the Republic of Belarus.
8. Customs duties, their classification and types.
9. Methods of determining the customs value of goods. The order of application of methods.
10. Tariff methods of foreign trade regulation.
11. Non-tariff methods of foreign trade regulation. Quotas, licensing, registration of contracts.
12. Tax regulation of foreign economic activity in the Republic of Belarus.
13. Currency regulation and currency control in the Republic of Belarus.
14. Foreign economic policy of states and state regulation of foreign economic activity.
15. Antimonopoly regulation. Antimonopoly legislation of the Republic of Belarus.
16. Features of agricultural foreign trade policy.
17. International trade transaction: concept and features.
18. Classification and main types of foreign trade transactions.
19. Counterparties on the global market. Principles of their selection.
20. Organization of work at the enterprise to collect information and study contractors.
21. The main types of operational and financial reporting of foreign firms.
22. Indicators characterizing the competitiveness and financial position of foreign firms.
23. Indicators characterizing the economic potential and efficiency of foreign firms.
24. Preparation of commercial offers and requests. Trade offer and its types.
25. Types of prices. The main methods of price analysis in the preparation of foreign trade transactions.
26. Structure and content of the foreign trade contract of sale.
27. Characteristics of the sections of the international contract of sale "Subject of the contract", "Quality of goods".

28. Characteristics of the sections of the international contract of sale "Term and date", "Price and total amount of the contract".
29. Characteristics of the sections of the international contract of sale "Terms of payment".
30. Characteristics of the sections of the international contract of sale "Packaging and labeling", "Delivery and acceptance of goods".
31. Characteristics of the sections of the international contract of sale "Guarantees", "Penalties and damages".
32. Characteristics of the sections of the international contract of sale "Force majeure", "Arbitration".
33. Currency terms of the foreign trade contract of sale. Protective currency clauses.
34. Financial terms of the international contract of sale.
35. The main forms of settlements during foreign trade settlements.
36. The meaning and methods of ensuring the fulfillment of obligations under transactions.
37. The concept and types of leasing. Advantages of leasing for the manufacturer, the leasing company and the lessee.
38. The nature and mechanism of calculation of lease payments.
39. Objects of the international technology market. Their types and legal protection.
40. The concept of a license.
41. Features of preparation and signing of the license agreement.
42. The concept of engineering services.
43. Franchising. Concept and types. Advantages and disadvantages of franchising.
44. Foreign trade intermediaries: concept, selection criteria.
45. Types of international trade and intermediary operations and their features.
46. Types of contracts with foreign trade intermediaries and their terms. Ways to reward intermediaries.
47. Features of exchange, auction trading.
48. The concept and meaning of countertrade.
49. Industrial compensation transactions.
50. The stages of development of corporate planning.
51. The concept of strategic business unit and enterprise portfolio.
52. The main stages of strategic management.
53. The concept and the main components of the ideological basis of the organization.
54. The external environment. Methods for analyzing the external environment of an organization.
55. Basic indicators of the analysis of the industry.
56. M. Porter's model of five forces.
57. Key factors of organizational success.

58. Strategic groups of competitors. Competitor Position Map Construction.
59. Directions and sources of information for competitor analysis.
60. Consumer analysis. Segmentation of consumers: signs and criteria of segmentation.
61. Goals, objectives, directions of management analysis.
62. SWOT-analysis.
63. Analysis of the potential of the enterprise.
64. Resources and competitive advantages of the organization.
65. M. Porter's cost (value) chain model.
66. The industry value chain.
67. Strategies of outperforming competitors by costs.
68. Objectives and basic stages of portfolio analysis.
69. Risks and conditions of realization of strategy of cost leadership.
70. Risks and conditions of realization of strategy of wide differentiation.
71. Risks and conditions of realization of strategy of optimum costs.
72. Risks and conditions of realization of the focused strategies.
73. Strategies of vertical integration.
74. Strategies of reduction of business - disintegration and outsourcing.
75. Offensive and defensive strategies.
76. Features of competitive strategies depending on the life cycle of industry.
77. The goals and motives of diversification.
78. Growth and contraction strategies.
79. Benefits and costs of diversification.
80. Peculiarities of personnel management strategy depending on the type of strategy of the organization.
81. Peculiarities of marketing management strategy depending on the type of organization strategy.
82. Creation of effective organization: staffing, improvement of key competencies and competitive capabilities, improvement of organizational structure and work activities.
83. Development of policies and procedures to support strategy.
84. Benchmarking.
85. Systems to support strategy.
86. Strategic leadership.

## ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ К ТЕСТУ

1. Организация управления ВЭД на уровне предприятия.
2. Источники правового регулирования ВЭД.
3. Методы государственного регулирования ВЭД.
4. Понятие, структура и функции таможенного тарифа.
5. Развитие таможенного тарифа в РБ.
6. Таможенные пошлины, их классификация и виды.
7. Методы определения таможенной стоимости товаров. Порядок применения методов.
8. Тарифные методы регулирования ВЭД.
9. Нетарифные методы регулирования ВЭД. Квотирование, лицензирование, регистрация контрактов.
10. Налоговое регулирование ВЭД в РБ.
11. Валютное регулирование и валютный контроль в РБ.
12. Внешнеэкономическая политика государств и государственное регулирование ВЭД.
13. Антимонопольное регулирование. Антимонопольное законодательство РБ.
14. Особенности сельскохозяйственной внешнеторговой политики.
15. Международная торговая сделка: понятие и особенности.
16. Классификация и основные виды внешнеторговых сделок.
17. Контрагенты на мировом рынке. Принципы их подбора.
18. Организация работы на предприятии по сбору информации и изучению контрагентов.
19. Основные виды оперативной и финансовой отчетности зарубежных фирм.
20. Показатели, характеризующие конкурентоспособность и финансовое положение зарубежных фирм.
21. Показатели, характеризующие экономический потенциал и эффективность деятельности зарубежных фирм.
22. Подготовка коммерческих предложений и запросов. Торговая оферта и ее виды.
23. Виды цен. Основные методы анализа цен при подготовке внешнеторговых сделок.
24. Структура и содержание внешнеторгового договора купли-продажи.
25. Характеристика разделов международного договора купли-продажи «Предмет договора», «Качество товара».
26. Характеристика разделов международного договора купли-продажи «Срок и дата», «Цена и общая сумма договора».

27. Характеристика разделов международного договора купли-продажи «Условия платежа».
28. Характеристика разделов международного договора купли-продажи «Упаковка и маркировка», «Сдача-приемка товара».
29. Характеристика разделов международного договора купли-продажи «Гарантии», «Штрафные санкции и возмещение убытков».
30. Характеристика разделов международного договора купли-продажи «Форс-мажор», «Арбитраж».
31. Валютные условия внешнеторгового договора купли-продажи. Защитные валютные оговорки.
32. Финансовые условия международного договора купли-продажи.
33. Основные формы расчетов при проведении внешнеторговых расчетов.
34. Значение и способы обеспечения исполнения обязательств по сделкам.
35. Понятие и виды лизинга. Преимущества лизинга для производителя, лизинговой компании и лизингополучателя.
36. Характер и механизм расчета лизинговых платежей.
37. Объекты международного рынка технологий. Их виды и правовая охрана.
38. Понятие лицензии.
39. Особенности подготовки и подписания лицензионного договора.
40. Понятие инжиниринговых услуг.
41. Франчайзинг. Понятие и виды. Преимущества и недостатки франчайзинга.
42. Внешнеторговые посредники: понятие, критерии выбора.
43. Виды международных торгово-посреднических операций и их особенности.
44. Виды договоров с внешнеторговыми посредниками и их условия.
45. Способы вознаграждения посредников.
46. Особенности биржевых, аукционных торгов.
47. Понятие и значение встречной торговли.
48. Промышленные компенсационные сделки.
49. Эволюция школ стратегического управления.
50. Предпосылки развития стратегического управления.
51. Этапы развития корпоративного планирования.
52. Понятие стратегической единицы бизнеса и портфеля предприятия.
53. Основные этапы стратегического менеджмента.
54. Понятие и основные составляющие идеологической основы организации.
55. Внешняя среда. Методы анализа внешней среды организации.
56. Основные показатели анализа отрасли.
57. Модель пяти сил М. Портера.

58. Ключевые факторы успеха организации.
59. Стратегические группы конкурентов. Построение позиционной карты конкурентов.
60. Направления и источники информации для анализа конкурентов.
61. Анализ потребителей. Сегментация потребителей: признаки и критерии сегментации.
62. Цели, задачи, направления управленческого анализа.
63. SWOT – анализ.
64. Анализ потенциала предприятия.
65. Ресурсы и конкурентные преимущества организации.
66. Модель цепочки затрат (ценностей) М. Портера.
67. Цепочка ценности отрасли.
68. Стратегии опережения конкурентов по издержкам.
69. Цели и основные этапы портфельного анализа.
70. Риски и условия реализации стратегии лидерства по издержкам.
71. Риски и условия реализации стратегии широкой дифференциации.
72. Риски и условия реализации стратегии оптимальных издержек.
73. Риски и условия реализации сфокусированных стратегий.
74. Стратегии вертикальной интеграции.
75. Стратегии сокращения бизнеса – дезинтеграция и аутсорсинг.
76. Наступательные и оборонительные стратегии.
77. Особенности конкурентных стратегий в зависимости от жизненного цикла отрасли.
78. Цели и мотивы диверсификации.
79. Стратегии роста и сокращения.
80. Выгоды и издержки диверсификации.
81. Особенности стратегии управления персоналом в зависимости от вида стратегии организации.
82. Особенности стратегии управления маркетингом в зависимости от вида стратегии организации.
83. Создание эффективной организации: кадровое обеспечение, совершенствование ключевых компетенций и конкурентных возможностей, совершенствование организационной структуры и трудовой деятельности.
84. Выработка политики и процедур в поддержку стратегии.
85. Бенчмаркинг.
86. Системы поддержки стратегии.
87. Стратегическое лидерство.