

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ
«КАКОЙ БУДЕТ ТОРГОВЛЯ И ЛОГИСТИКА 2030»
(на иностранном / английском языке)»

Настоящие методические рекомендации раскрывают цели и задачи проведения Конкурса «Какой будет торговля и логистика 2030».

В них представлены типы конкурсных заданий и указания по их полному и корректному выполнению, образцы заданий всех туров Конкурса, а также список рекомендуемой литературы и материалов.

Методические рекомендации призваны способствовать эффективной подготовке к Конкурсу и успешному выполнению участниками всех конкурсных заданий.

Целевая установка

Основными целями и задачами Конкурса являются выявление наиболее одарённых и подготовленных к изучению вопросов цифровой трансформации международной торговли и устойчивой цепи поставок, международной логистики учащимися 9-11 классов средних общеобразовательных организаций и обучающимися среднего профессионального образования, их творческих способностей и интереса к научной деятельности, создание необходимых условий для поддержки талантливой молодежи, пропаганда научных знаний, отбор проявивших талант и способности выпускников школ для обучения в МГИМО МИД России.

Конкурс проводится по направлению «Торговое дело», профили: «Международная торговля и логистика» и «Цифровая торговля».

Тематика данных направлений соответствуют цифровой повестке развития торговли и логистики.

К основным направлениям исследований относятся:

- анализ трендов развития трансграничной цифровой торговли;
- безбумажное перемещение товаров в международной торговле;
- анализ инновационных кейсов российских и зарубежных торговых компаний;
- взаимосвязь логистики, торговли и сквозных цифровых технологий в развитии международного бизнеса;
- новые направления торгово-экономических отношений: восточный вектор;
- изменение потребительских предпочтений: ответственное потребление.

Важно, чтобы при подготовке к Конкурсу конкурсант умел находить, изучать и оценивать литературные источники на иностранном языке, анализировать прочитанные тексты и иметь прикладные навыки сравнения полученной информации о глобальном уровне проблем с национальными целями развития.

Поскольку конкурсное направление не является частью школьной подготовки, а осваивается либо на дисциплинах дополнительного образования, либо самостоятельно конкурсантом.

1. ОТБОРОЧНЫЙ ТУР КОНКУРСА (ПРОВОДИТСЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ)

1.1 Задание отборочного тура состоит в подготовке аннотации проектной работы и выполнения теста по иностранному (английскому) языку.

1.2 Тематика проектных работ должна быть посвящена демонстрации роли современных цифровых технологий и повестки устойчивого развития в формировании торговли и логистики будущего.

Все предлагаемые проекты должны отвечать требованию актуальности и новизны. Представляются в виде аннотации проектной работы.

Аннотация проектной работы должна отражать заинтересованность и погруженность конкурсанта в выбранную тему и показывать насколько он готов к дальнейшей работе в выбранном направлении для реализации цифровой повестки в сфере торговли и логистики.

Аннотация проекта представляет собой краткое изложение и обобщение проектной работы, своеобразное резюме представляемого научного исследования.

Объем аннотации составляет 150 - 250 слов.

Аннотация должна содержать следующие основные элементы: цель и задачи исследования, краткие тезисы будущего проекта. Аннотация должна отражать позицию автора. Выполняется на иностранном (английском) языке.

1.3 Конкурсанты должны заблаговременно: изучить Регламент проведения Конкурса «Какой будет торговля и логистика 2030» (на иностранном/английском языке); изучить Методические рекомендации и заблаговременно ознакомиться с предложенными литературными источниками и содержанием сайтов, информация которых позволит ознакомиться с тематикой развития цифровой торговли и логистики, а также изучить международный опыт; ознакомиться с образцом тестовых заданий по английскому языку.

Примеры тестовых заданий по иностранному (английскому) языку представлены на сайте конкурса: <https://trade-contest.mgimo.ru/doc/eng-test.pdf>

Примерная тематика конкурсных работ представлена в приложении А Методических рекомендаций.

1.4 Критерии оценивания отборочного тура.

Максимальная оценка 100 баллов. Оценка состоит из 2 частей.

Проходной балл в заключительный (финальный) тур – 60 баллов.

Написание аннотации проекта – от 0 до 50.

Выполнение тестового задания по иностранному языку – от 0 до 50 баллов, за каждый правильный ответ в тесте начисляется по 1 баллу.

2.ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ (ФИНАЛЬНЫЙ) ТУР КОНКУРСА (ПРОВОДИТСЯ В ОЧНОМ ФОРМАТЕ)

2.1 Конкурсанты, набравшие 60 баллов и более в отборочном туре, получают приглашение к участию в финальном туре.

2.2. Финальный тур проводится в очном формате. Конкурсант в установленное время приходит на защиту проекта в здание МГИМО (Проспект Вернадского, 76).

2.3. Очередность выступления устанавливается Организационным комитетом конкурса.

2.4. Время защиты проекта - от 7 до 15 минут, включая ответы на вопросы.

2.5. Критерии оценивания. Максимальная оценка проекта 100 баллов.

Проект позволяет определить качество знаний конкурсанта в области обществознания и предпринимательства, а также оценить уровень его общей культуры и аналитические способности, степень владения иностранным языком.

Конкурсант должен аргументировано, логически верно и содержательно ясно строить свой ответ; обладать культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению, анализу информации, уметь ясно, точно и грамотно излагать мысли.

Общие критерии оценки проектных работ:

- соответствие тематике Конкурса;
- содержание проекта;
- оформление и защита проекта;
- дополнительные критерии.

Список рекомендуемой литературы и материалов

а) официальные документы (в последней редакции):

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть 1) от 30.11.1994 № 51-ФЗ;
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей»
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
4. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»

5. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
6. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»
7. ГОСТ Р 51303–2023 Торговля. Термины и определения;

б) основная литература:

1. Панюкова В.В. Эволюция розничной торговли и формирование ее интегрирующей роли в XXI веке.: М.: Креативная экономика, 2017. – 194 с.- <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28365073>
2. Еремеева Н.В. Теоретические основы товароведения : учебное пособие / Н.В.Еремеева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 252 с.
3. Организация бизнеса в торговле: учебное пособие / В.Ю.Саламатов, В.В.Панюкова, Н.В.Еремеева; под общей редакцией В.В.Панюковой; Московский государственный институт международных отношений Министерства иностранных дел Российской Федерации, кафедра «Торговое дело и торговое регулирование». Москва: МГИМО-Университет, 2022. — 237 с.
4. Управление качеством в торговом деле: учебное пособие/ И.З.Аронов, А.М.Рыбакова, Н.В.Еремеева; под редакцией И.З.Аронова; Москва: МГИМО-Университет, 2020. - 275 с.
5. Коммерческий копирайтинг: учебное пособие / Н.В.Еремеева, П.В.Журкевич; под редакцией Н.В.Еремеевой; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, кафедра «Торговое дело и торговое регулирование». – Москва: МГИМО-Университет, 2021. – 221 с.
6. Еремеева Н.В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н.В.Еремеева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2021. – 242 с.
7. Дегтярева О.И. Международное торговое дело : учебник / О.И.Дегтярева, Т.Н.Васильева, Л.Д.Гаврилова ; под ред. О.И. Дегтяревой. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 608 с.

**Примерная тематика Конкурса «Какой будет торговля и логистика 2030»
(на иностранном языке)**

1. Безбумажное перемещение товаров при трансграничных продажах.
2. Будущее торговых центров и моллов.
3. Будущее уже сегодня. Анализ инновационных кейсов российских и зарубежных торговых компаний.
4. Вендинг: состояние и тенденции развития.
5. Взаимосвязь логистики, торговли и искусственного интеллекта в развитии международного бизнеса.
6. Виртуальные выставки: перспективы и сложности оценки эффективности.
7. Дроны в торговле.
8. Изменение потребительских предпочтений: потребление экологичных и этичных товаров.
9. Использование блокчейна в логистике и торговле.
10. Какие форматы торговли будут развиваться?
11. Каким будет потребитель будущего?
12. Кастомизация предложений, удовлетворение индивидуальных потребностей клиента.
13. Корпоративная социальная ответственность в торговле: будущее или утопия?
14. Креативная экономика, влияние на развитие торговли.
15. Магазины – это только шоу-румы.
16. Магазины без персонала: плюсы и минусы, тенденции развития.
17. Маркетплейсы – держатели логистического рынка и законодатели продаж.
18. Новые подходы к управлению качеством в условиях цифровизации.
19. Обеспечение безопасности данных в условиях развития интернет -торговли.
20. Обеспечение прослеживаемости товаров: вчера, сегодня, завтра. Зарубежный опыт.
21. Ответственное потребление товаров и услуг.
22. Покупки товаров FMCG только в Интернете.
23. Применение беспилотных транспортных средств при доставке товаров.
24. Продажи товаров и 3D-печать.
25. Развитие автоматизированных форм торговли.
26. Развитие коллективных покупок, совместного владения товарами.
27. Развитие экономики впечатлений.
28. Роль «зеленой» энергии в развитии деятельности торговых организаций.
29. Роль больших данных в развитии торговой деятельности, новые направления обработки данных.
30. Роль вторичного рынка в сфере легкой промышленности: перепродажа и повторное использование.
31. Роль цифровых персональных консультантов в торговле.
32. Стираем границы: развитие трансграничной розничной торговли.
33. Трансформация ассортиментной матрицы: потребление растительного сырья вместо животных белков.
34. Торговля: взгляд на Восток.
35. Торгово-экономические отношения России и Китая.
36. Угрозы цифровой торговли. Негативные сценарии.
37. Цепочки поставок «от фермы до стола» нового поколения.
38. Цифровые технологии в оптовой (розничной) торговле.
39. Эволюция маркировки товаров.
40. Экодизайн и производство замкнутого цикла - новая система ценностей производителей товаров.