

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Экономики труда и основ управления



А.А. Федченко

21.04.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.07.02 Организация международных закупок и поставок

1. Код и наименование направления подготовки: 38.03.02 Менеджмент
2. Профиль подготовки: Управление закупками и цепями поставок
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра экономики труда и основ управления
6. Составители программы: Кравец М.А., д.э.н., доцент
7. Рекомендована: НМС экономического факультета, 15.04.21 протокол №4
8. Учебный год: 2024/2025 Семестр: 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, позволяющих им организовывать и осуществлять международные закупки и поставки.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование представления об организации экспортно-импортных операций предприятия;
- формирование знаний о типовых международных контрактах, структуре и содержании контракта;
- привить навыки подготовки, проведения и реализации международных закупок и поставок.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: блок Б1, часть, формируемая участниками образовательных отношений (вариативная).

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-5	Способен организовать и управлять цепями поставок	ПК-5.2	Планирует и формулирует стратегические задачи ресурсного обеспечения организации и цепи поставок	<p>Знать: законодательство, регламентирующее внешнеэкономическую деятельность; структуру договора международной купли-продажи товаров; виды цен в международной торговле; методы формирования контрактной цены в международных торговых сделках.</p> <p>Уметь: осуществлять необходимые для проведения внешнеэкономических операций экономические расчеты, оценивать перспективность внешнеэкономических партнеров, стоимость контрактов.</p> <p>Владеть: навыками анализа и использования нормативных правовых актов для подготовки и осуществления международных закупок и поставок, навыками планирования международных закупок и поставок.</p>

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 4/144.

Форма промежуточной аттестации зачет с оценкой.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		8 семестр	№ семестра	...
Аудиторные занятия	34	34		
в том числе:	лекции	12	12	
	практические	22	22	
	лабораторные			
Самостоятельная работа	110	110		
в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой				
Итого:	144	144		

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
1. Лекции			
1.1	Введение	Субъекты внешнеэкономической деятельности. Цели и принципы государственного регулирования ВЭД. Законодательство регулирующее ВЭД. Классификация методов государственного регулирования экономики. Таможенные платежи, пошлины и тарифы.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
1.2	Организация внешнеэкономической деятельности предприятия	Задачи службы ВЭД. Тип структуры службы ВЭД: функциональная, продуктовая, региональная, матричная. Виды создаваемого на предприятии подразделения ВЭД (группа, отдел, управление, департамент). Структура управления внешнеторговой фирмы. Аутсорсинг внешнеэкономических операций.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
1.3	Организация сделок с зарубежными партнерами	Контрагенты на мировом рынке и критерии их отбора. Содержание оперативно-коммерческой работы по изучению зарубежных фирм. Состав досье на фирму: информационная карта фирмы, сведения о переговорах с фирмой, сведения о деловых отношениях. Характеристика основных источников информации при изучении зарубежных фирм. Торговая оферта как предложение продавца о желании заключить договор купли-продажи на определенных условиях. Оферта, ее виды и содержание.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
1.4	Особенности различных типов внешнеторговых операций	Понятие внешнеторговой операции и сделки. Классификация внешнеторговых операций. Экспортные, импортные, реэкспортные и реимпортные операции. Прямые и косвенные (посреднические) операции. Виды посредников во внешнеэкономической деятельности. Операции на международных товарных биржах, аукционах и международных торгах. Внешнеторговые операции с готовой продукцией, сырьем, работами и услугами, интеллектуальными продуктами	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
1.5	Внешнеторговый договор	Контракт купли-продажи: понятие, виды. Венская	Организация

	купли-продажи	Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров. Условия признания договора купли-продажи международным. Структура договора международной купли-продажи товаров. Международные правила толкования торговых терминов «Инкотермс». Виды цен в международной торговле. Методы формирования контрактной цены в международных торговых сделках. Валютно-финансовые условия международных контрактов. Заключение и исполнение контракта.	международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
2. Практические занятия			
2.1	Введение	Текущее состояние и тренды внешнеэкономической деятельности российских предприятий. Интеграция России в международную торговлю. Экспортная специализация России. Экспортеры-производители. Экспортеры транспортных услуг. Организации посредники. Содействующие организации. Законодательство регулирующее ВЭД. Практика применения методов государственного регулирования экономики.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
2.2	Организация внешнеэкономической деятельности предприятия	Ключевые факторы принятия решения о создании подразделения ВЭД. Состав, функции и взаимосвязь подразделений службы ВЭД. Преимущества и недостатки аутсорсинга внешнеэкономических операций.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
2.3	Организация сделок с зарубежными партнерами	Поиск информации о потенциальных зарубежных партнерах. Комплексная оценка потенциальных зарубежных партнеров. Составление досье на фирму. Торговая оферта как предложение продавца о желании заключить договор купли-продажи на определенных условиях. Оферта, ее виды и содержание.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
2.4	Особенности различных типов внешнеторговых операций	Экспортные, импортные, реэкспортные и реимпортные операции. Прямые и посреднические операции. Операции на международных товарных биржах, аукционах и международных торгах. Внешнеторговые операции с готовой продукцией, сырьем, работами и услугами, интеллектуальными продуктами.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407
2.5	Внешнеторговый договор купли-продажи	Международные правила толкования торговых терминов «Инкотермс»: базисные условия поставки товаров. Экономические расчеты, необходимые для внешнеторгового договора. Содержание внешнеторгового договора купли-продажи. Валютно-финансовые условия международных контрактов. Заключение и исполнение контракта.	Организация международных закупок и поставок – https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Введение	2	4		22	28
2	Организация внешнеэкономической деятельности предприятия	2	4		22	28
3	Организация сделок с зарубежными партнерами	2	4		22	28
4	Особенности различных типов внешнеторговых операций	2	4		22	28
5	Внешнеторговый договор купли-продажи	4	6		22	32
	Итого:	12	22		110	144

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

В процессе преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся.

В процессе лекций обучающимся рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущей и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы формулируются кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

В ходе подготовки к практическим занятиям обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях.

Прежде чем приступать к выполнению практических заданий, обучающемуся необходимо ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса; получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы; получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты. При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Внешнеэкономическая деятельность : учебник / под ред. В. Б. Мантусова ; Российская

	таможенная академия. – Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2018. – 303 с.– URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562350
2	Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник / ред. Л. Е. Стровский. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114538
3	Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. – 13-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 500 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Воробьева Н. В. Международное торговое дело : учебное пособие / Н. В. Воробьева, И. В. Козел ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2016. – 132 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484959
5	Международные экономические отношения=International Economic Relations : учебник / под ред. В. Е. Рыбалкина, В. Б. Мантусова. – 10-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 703 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114798
6	Терехова Е. А. Оценка добросовестности предприятия – участника внешнеэкономической деятельности : учебное пособие / Е. А. Терехова, И. В. Шарошенко ; Российская таможенная академия, Владивостокский филиал. – Владивосток : Российская таможенная академия, Владивостокский филиал, 2019. – 112 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611354
7	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности : учебное пособие / Н. Н. Алексеева, Е. И. Андреева, А. А. Глухоманова, Л. П. Соловьева ; под общ. ред. Н. Н. Алексеевой ; Российская таможенная академия, Владивостокский филиал Российской таможенной академии, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток : Российская таможенная академия, Владивостокский филиал, 2014. – 164 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438363

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет):

№ п/п	Ресурс
8	https://edu.vsu.ru/
9	http://www.lib.vsu.ru
10	http://biblioclub.ru
11	http://www.e-library.ru
12	http://www.ibooks.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Левкин Г. Г. Коммерческая логистика: теория и практика : учебное пособие / Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. – 336 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617377
2	Управление внешнеэкономической деятельностью : учебное пособие / сост. Н. М. Егорова, Н. А. Плешкова ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2018. – 111 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574232

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Дисциплина реализуется с элементами электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в рамках электронного курса (ЭК) Организация международных закупок и поставок, размещенного на портале «Электронный университет ВГУ» (<https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21407>). ЭК включает учебные материалы для самостоятельной работы обучающихся, а также обеспечивает возможность проведения контактных часов/аудиторных занятий в режиме онлайн.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, экран для проектора.

Помещение для самостоятельной работы: специализированная мебель, компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ВГУ; программное обеспечение OS Ubuntu, Inkscape, Gimp, Okular, Mozilla Firefox, FileZilla, FineReader 8, LibreOffice, WPS Office, Консультант+, Microsoft Office, GNU Emacs.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Введение	ПК-5	ПК-5.2	Практическое задание
2	Организация внешнеэкономической деятельности предприятия	ПК-5	ПК-5.2	Практическое задание
3	Организация сделок с зарубежными партнерами	ПК-5	ПК-5.2	Практическое задание
4	Особенности различных типов внешнеторговых операций	ПК-5	ПК-5.2	Практическое задание
5	Внешнеторговый договор купли-продажи	ПК-5	ПК-5.2	Практическое задание
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет с оценкой				Перечень вопросов Практическое задание

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: практических заданий.

Практические задания

Тема «Введение»

Задание 1.

Компания «Сибирский берег» – один из крупнейших участников рынка снеков в России, лидер сегмента сухариков, преимущественно, за счет глобальной целевой аудитории.

Компания была основана после августовского кризиса в конце 1990-х гг. и ее деятельность дала начало новому промышленному продукту – соленым сухарикам. Через несколько лет российский рынок выводил новинку почти наравне с чипсами, классикой мировой снековой индустрии, представленной на национальном рынке такими крупными компаниями как «Frito Lay» (дочерняя компания «PepsiCo»), «Крафт Фудс», «Procter&Gamble». Продукт в 2004-2005 гг. приносил выручку в размере более 300 млн. долларов в год.

В дальнейшем ситуация изменилась по ряду причин.

1. Популярность продукта среди целевой аудитории сухариков пошла на спад, как следствие – сокращение доли данного сегмента на фоне других сегментов.

2. На рынок вышли такие крупные участники как «Frito Lay» и «Wrigley», изменив существенным образом конкурентную среду.

3. Общая тенденция роста рынка снеков стала меняться по сравнению с началом 2000-х гг. не в пользу компании.

Компании в данной области отличаются способностью к инновациям. Очень многие вкусы, которые сейчас есть на рынке, были разработаны службой перспективных разработок ПАО «Сибирский берег» совместно с поставщиками. Например, вкус красной икры впервые в мире запустил именно этот производитель, а потом уже его повторили конкуренты, в какой-то момент этот вкус занимал больше половины в продажах бренда компании «Компашки».

Компания не боится изменений, постоянно не просто изучает лучшие практики и их внедряет, но и выводит на рынок то, чего еще не было.

Еще в 2000 году был организован передовой инновационный процесс: собиралась группа менеджеров и все писали на листочках идеи новых продуктов, проводились мозговые штурмы. Решения в компании принимаются и реализуются достаточно быстро, а все ключевые компетенции фиксируются, и когда меняется что-то в системе управления, в структуре компании, в регламенте ее деятельности, детально анализируется планируемое решение, его последствия вследствие влияния различного рода факторов. В компании стараются найти баланс между качеством и скоростью принимаемых решений.

Начало осуществления внешнеэкономической деятельности. В компании поставлена цель – разделить мировой рынок с глобальными компаниями. Идея выхода на внешний рынок возникла очень давно, когда мысли о том, что рынок может стагнировать или замедлять рост не было. Параллельно тому, как осуществлялось развитие на рынке России, были планы начать деятельность за рубежом, искать новые возможности. Так, в 2001 году впервые был организован отдел внешнеэкономической деятельности. Стояла первая задача – выбор целевой страны. Первой страной для экспорта была выбрана Германия.

По словам руководства у компании нет самого главного барьера, который не дает другим компаниям выходить на западные рынки и быть успешными, – психологического. В компании знали, что существует глобальный снековый рынок, но он отличается от российского. Например, в Великобритании сухарики – продукт не для перекуса, а скорее, для основного питания. Так, дети до относительно недавнего времени носили пакетик с чипсами как школьный завтрак. И компания уже в 2001-м году видела некоторые преимущества сухариков перед чипсами: продукт более здоровый, а тенденции к здоровому питанию явно прослеживались в тот момент.

Однако начальные планы по выходу на западные рынки не реализовались. Были совершены первые попытки, был разработан бренд (бренд «BEERka») и начальные тестовые продажи провели в Германии. То есть, как и у многих других российских компаний, экспорт заключался в том, что продукт продавался в русских магазинах, что было ошибкой. Существует определенный менталитет потребителя, его запросы, опыт потребления, накопленный исторически и генетически, вкусовые пристрастия, и поэтому нельзя перенести один и тот же продукт без изменений с одного рынка на другой. В компании поняли: для того, чтобы продукт был успешным во всем мире и распространился так же, как чипсы, необходим очень серьезный подход. Начался тщательный выбор стран, стали искать самые емкие рынки, самые рентабельные. Выбор был осуществлен в пользу Австралии по следующим причинам:

1) Австралийский рынок – очень емкий рынок: больше пяти килограммов снеков потребляется на душу населения (в России – немногим больше одного килограмма).

2) Населения немного и оно локализовано по крупным городам – уникальная ситуация с точки зрения дистрибуции, потому что две сети контролируют 85 процентов рынка.

3) В Австралии достаточно большое количество пабов.

4) Население Австралии благодаря активной деятельности правительства ориентировано в сторону более здоровых продуктов.

5) На австралийском рынке давно не было никаких продуктовых инноваций и рынок их ждал.

Таким образом, Австралия – это, в первую очередь, рынок, на котором компания увидела свои возможности по своей международной экспансии, но потребитель там очень специфический.

Вторая задача – выбор формы выхода на внешний рынок. В компании решили, что экспорт не подходит из-за дальнего расстояния. Также есть еще одна особенность: австралийцы очень любят свою страну, они патриоты, и слова «сделано в Австралии» для них имеет очень большое значение, они доверяют только своему качеству. В связи с этим было решено открыть в Австралии производство. Около года длился этап строительства, налаживания производства и

тестирования продукции. Работая над сухарным продуктом, в компании пришли к пониманию, что необходимо вывести еще один продукт, чисто австралийский – «Pitos». Это пита-чипсы или сухарики из пита-хлеба. Этот хлеб очень популярен в Австралии, он считается более здоровым, и когда он полежит немного, австралийцы подсушивают его в духовке и тоже едят в виде сухариков. В итоге в конце 2006 года компания «Сибирский берег» вышла на этот рынок с двумя продуктами: «Pitos» и «BEERka». «Pitos» продается через сеть, а «BEERka» – в пабах.

С самого начала осуществления деятельности в Австралии наблюдалась положительная динамика.

Помимо Австралии компании был также интересен рынок Великобритании.

Рынок Великобритании очень ёмкий, есть сходство с австралийским, но на нем есть свои особенности: все новинки, инновации запускаются именно там, он самый конкурентный, и он определяет моду в снеках (не считая американского рынка). Для компании выход на такой рынок был определенным вызовом. Руководство сделало вывод, что если компания хочет быть глобальной, ей нужно быть в Лондоне.

Существует общая тенденция при выходе на внешний рынок. Главным является нахождение свободной ниши с точки зрения позиционирования, понимание, что именно может заставить потребителя переключиться, например, с чипсов на какой-то другой снэк. Это должно быть действительно яркое предложение, причем которое еще и не разочарует. То есть требования очень высокие. И компания решила, что нельзя при разработке брендов забывать об их физической составляющей, другими словами, о стабильном качестве продукта в смысле предпочтений потребителя. Перед выходом на очередной новый рынок изучается история, чужой опыт, то, как многие компании выходили на разные рынки, и получается, что очень важно, чтобы при сверхпривлекательной упаковке и интересной маркетинговой идее содержимое пакета потребителя не разочаровало. В Великобритании было несколько попыток вывести инновационный продукт, в частности, крекеры с рыбным вкусом. Однако идея не была подтверждена функциональными свойствами продукта.

Диверсификация портфеля продуктов при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Руководство компании считает, что когда есть несколько направлений, которые хоть и работают на одном рынке, снековом, но представляют собой совершенно разные продукты, ей необходимо фокусироваться на каждом из них и развивать специализацию в них. У компании был такой проект – Red Ball – орешки в оболочке, которые были выведены на рынок, но спросом этот продукт не пользовался. В результате пришли к решению, что компания, которая работает исключительно на сухариках, не может в функциональном режиме запустить новый продукт, если этот новый продукт не сухарик в виду сложности производственного процесса. Тогда создали отдел инноваций и развития с проектным офисом. Каждый новый продукт запускается как проект. Когда проект вырастает, это превращается в продуктовое направление. То есть в структуре компании, в управлении инновациями имеется служба перспективных разработок и отдел внедрения новых продуктов, где с новым продуктом проходят всю цепочку создания ценности, включая производство, тестовые продажи зимой и летом, чтобы учесть возможную сезонность и прочие рыночные факторы, затем защищают свое решение перед руководством, и только после этого продукт запускается в производство.

Будущее рынка сухариков. Согласно проведенным экспертным исследованиям данная продукция пользуется спросом у потребителей всех возрастов. Производство сухариков не показывает резких спадов. Со стороны производителей спрос поддерживается за счет новых вкусов, форм продукции, видов упаковок и других необычных решений. Значительных и внезапных изменений на данном рынке в ближайший период не ожидается, что свидетельствует о потенциале развития компании «Сибирский берег».

Вопросы:

1. Перечислите факторы, которые мотивировали компанию к осуществлению деятельности на внешнем рынке.

2. Вся совокупность выделенных мотивирующих факторов разделите на мотивы внутреннего и внешнего характера. Какие мотивы преобладали у компании при принятии решения о выходе на внешний рынок?

3. Проранжируйте мотивирующие факторы по степени значимости для компании. Свой ответ объясните.

Задание 2. Обучающиеся изучают разделы таможенного кодекса, уделяя особое внимание разделам «таможенная стоимость товаров», «общие положения о таможенных платежах»,

«исчисление таможенных пошлин, налогов», закона РФ «О таможенном тарифе». Затем воспользовавшись документами (Решением Совета Евразийской экономической комиссии «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза», Налоговым кодексом Российской Федерации) обучающиеся должны определить необходимые платежи (ввозная таможенная пошлина; налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров; акцизы (акцизный налог или акцизный сбор), взимаемые при ввозе товаров; таможенные сборы) при импорте важных с точки зрения предприятий и конечных потребителей товаров.

Тема «Организация внешнеэкономической деятельности предприятия»

Задание 1. Небольшая оптовая компания решила создать собственное подразделение ВЭД для работы с импортом товаров. Группа ВЭД включает специалиста по таможенному оформлению, специалиста по логистике, бухгалтера. Руководитель, создав данное подразделение, вынужден обучать персонал, контролировать его деятельность. Компании, оказывающая услуги ВЭД, может взять на себя большую часть операций ВЭД, а именно для небольшой оптовой фирмы актуальны следующие операции: заключение внешнеэкономического контракта с поставщиком; закупку товара у поставщика; организацию логистики от поставщика до склада СВХ, где проходит таможенное оформление; таможенное оформление с уплатой всех необходимых согласно таможенному законодательству платежей; доставку до склада. В этом случае директор может не беспокоиться о текущих операциях ВЭД и сосредоточить свое внимание на поиске наиболее выгодных зарубежных поставщиках.

1 вариант организации внешнеэкономической деятельности (сегодня). Сегодня затраты группы ВЭД составляют (ежемесячно): заработная плата с отчислениями 227 850 руб. + другие затраты (платеж за специальное ПО, таможенные платежи и пр.) 170 000 руб. = 397 500. Без учета затрат на доставку груза.

2 вариант организации внешнеэкономической деятельности (возможный). В случае если оптовая компания воспользуется услугами специализирующейся на ВЭД фирмы, то затраты на один контейнер (без учета доставки) составят 30000 руб. (с учетом необходимых платежей). Оптовая фирма пока нуждается в ежемесячном завозе 5 контейнеров, в год 60 контейнеров.

Затраты на транспортировку груза до склада примем одинаковыми в обоих случаях организации внешнеэкономической деятельности.

Вопросы: Нужно ли было создавать собственное подразделение или лучше было обратиться в специализированную фирму по оказанию услуг ВЭД? Какие риски существуют в аутсорсинге внешнеэкономических операций?

Задание 2. Предприятие (число сотрудников 140 чел.) по производству узкоспециализированного медицинского оборудования решила выйти на рынок Казахстана. Поиском потенциальных покупателей руководитель решил заниматься сам, контрактную работу он поручил руководителю отдела продаж, все остальные операции выполняет один из менеджеров по сбыту. Таким образом, внешнеэкономическая деятельность организована сегодня без специально созданного подразделения. Такой вариант получился весьма экономичным, однако уже сейчас начали проявляться некоторые проблемы. Руководитель отдела продаж несколько раз затягивал подготовку договоров, загруженный дополнительной работой менеджер по продажам допускал ошибки не только при ведении внешнеэкономической деятельности, но и при продажах на внутреннем рынке. Предприятие с учетом возможности увеличения объема продаж может нанять до четырех новых сотрудников. Предложите свой вариант организации международных поставок на предприятии.

Тема «Организация сделок с зарубежными партнерами»

Задание. По данным табл. выберите торгового партнера при экспорте товаров (из одной страны), используя балльный метод (метод ранжирования).

Таблица

Характеристика потенциального делового партнера

Оценочные критерии	Фирма А	Фирма В	Фирма С
Финансовое состояние фирмы	Стабильное	Достаточно стабильное	Кредитоспособна
Выполнение обязательств по	Не всегда добросовестное	Добросовестное	Недобросовестна

контракту			
Предполагаемая рентабельность коммерческой сделки, %	8 – 10	15 – 18	13 – 17
Форма платежа	Любая форма	Инкассо	Аккредитив
Отстаивает цены	Твердо отстаивает	Умеренное отстаивает	Легко идет на уступки
Деловая репутация фирмы	Фирма малоизвестна в деловом мире	Высокий имидж в деловом мире	Имели случаи несвоевременных платежей

Тема «Особенности различных типов внешнеторговых операций»

Задание. Компания «Евродон» – крупнейший в РФ производитель мяса индейки запустила комплекс по производству утки. В ее планах – выход с последним на французский рынок.

Вопрос: Обоснуйте предпочтительный для данной компании способ выхода на этот рынок (прямой/через посредников/организованные рынки состоятельного типа).

Тема «Внешнеторговый договор купли-продажи»

Задание. Российская фирма занимается импортной закупкой пшеницы продовольственной. В настоящий момент у нее имеется три предложения на поставку от партнеров в США, Италии и Канаде. При выборе оптимального варианта сделки импортер основывается на следующих конкурентных материалах (таблица). Фирма планирует заключить контракт купли продажи на условиях CIF Новороссийск. Условие платежа – 100% предоплата. Объем партии – 1000 тонн.

Таблица

Условия	Канада	США	Италия
Базис поставки	ExW Дольбо	FOB порт Мексиканского залива	ExW Милан
Валюта цены	Доллары США	Доллары США	Евро
Цена за тонну	217,0	237,5	159,5

На основе исходных данных необходимо решить следующие задания:

1. Привести цены к единому базису и оцените, в какой стране выгоднее производить закупку продовольственной пшеницы на условиях CIF Новороссийск, учитывая следующие данные:

- стоимость страхования груза составляет 10% от цены FOB.
- стоимость фрахта при перевозке данного вида товара составляет: между портами России и портами Канады – 10 дол./т; между портами России и портам мексиканского залива – 12 дол./т; между портами Западной Европы. Ближнего Востока – 5 евро /т;
- экспедиторские расходы в портах Канады равны 3%, в Италии – 2%, США – 2% от цены товара;
- внутренняя транспортировка до порта отгрузки – 2% от стоимости товара;
- расходы на таможенное оформление и таможенные платежи в Канаде – 6%, в Италии – 10%, в США-7% от цены товара;
- курс российского рубля за анализируемый период на момент проведения платежей и оплаты контракта: 60,5 руб./дол. США, 75,3 руб./евро.

2. Определить таможенную стоимость и таможенные платежи (импортная пошлина, НДС и сбор за таможенное оформление) при импорте товара в Россию.

Пакет документов для таможенного оформления груза представлен в полном объеме согласно законодательству ЕАЭС. Таможенная пошлина на установлена на уровне 5%. НДС составляет 10%. Валютный курс на момент подачи декларации в таможенные органы РФ (ЕАЭС) составляет 61,4 руб./дол., 69,1 руб./евро.

3. Определить совокупные затраты российского импортера (приходную стоимость партии). Известно, что транспортные издержки по доставке груза из Новороссийска до Ростова-на-Дону – 5 дол./т., экспедиторские расходы в стране назначения – 4,2 дол./т. Валютные курсы на момент проведения платежей за услуги, связанные с доставкой груза, составляют: 62,0 руб./дол.

4. Определить эффект и эффективность реализации товара на внутреннем рынке России, если известно, что российская фирма планирует реализовать партию товара на внутреннем рынке по цене 23760000 руб.

Описание технологии проведения

Обучающиеся выполняют выданные задания, дают развернутое пояснение хода решения задания.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Для оценивания практических заданий используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания	Шкала оценок
Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он полностью решил практическое задание, активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывает полное знание теоретического материала.	<i>Отлично</i>
Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он не полностью решил практическое задание, допустил незначительные ошибки, активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывая частичное знание теоретического материала.	<i>Хорошо</i>
Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он частично решил задание, сделал ряд ошибок в задании, участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, пытается аргументировать свою точку зрения, имеет начальные знания по предмету.	<i>Удовлетворительно</i>
Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не решил задание, не участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, не пытается аргументировать свою точку зрения.	<i>Неудовлетворительно</i>

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: перечень вопросов; практическое задание.

Перечень вопросов к зачету

1. Субъекты внешнеэкономической деятельности.
2. Общая характеристика участников внешнеэкономической деятельности, непосредственно осуществляющих внешнеторговые операции.
3. Организации, содействующие развитию внешнеэкономической деятельности.
4. Цели и принципы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности.
5. Законодательство, регулирующее внешнеэкономическую деятельность.
6. Классификация методов государственного регулирования экономики.
7. Таможенные платежи, пошлины и тарифы.
8. Задачи службы ВЭД. Тип структуры службы ВЭД: функциональная, продуктовая, региональная, матричная.
9. Виды создаваемого на предприятии подразделения ВЭД (группа, отдел, управление, департамент). Структура управления внешнеторговой фирмы.
10. Аутсорсинг внешнеэкономических операций.
11. Контрагенты на мировом рынке и критерии их отбора.
12. Содержание оперативно-коммерческой работы по изучению зарубежных фирм. Состав досье на фирму.
13. Характеристика основных источников информации при изучении зарубежных фирм.
14. Торговая оферта: виды, содержание.

15. Понятие внешнеторговой операции и сделки. Классификация внешнеторговых операций.
16. Экспортные, импортные, реэкспортные и реимпортные операции.
17. Прямые и косвенные (посреднические) операции. Виды посредников во внешнеэкономической деятельности.
18. Операции на международных товарных биржах, аукционах и международных торгах.
19. Внешнеторговые операции с готовой продукцией, сырьем, работами и услугами, интеллектуальными продуктами.
20. Международные правила толкования торговых терминов «Инкотермс»
21. Виды цен в международной торговле.
22. Методы формирования контрактной цены в международной торговых сделках.
23. Валютные условия международных контрактов.
24. Финансовые условия международных контрактов.
25. Контракт купли-продажи: понятие, виды, структура контракта.
26. Исполнение внешнеэкономического контракта.

Перечень практических заданий представлен в разделе 20.1.

Пример контрольно-измерительного материала

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой экономики труда и основ управления
Федченко А.А.
__ . __ .20 __ г.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 Организация международных закупок и поставок
Курс 4
Форма обучения Очная
Вид аттестации Промежуточная
Вид контроля Зачет с оценкой

Контрольно-измерительный материал № 1

1. Субъекты внешнеэкономической деятельности.
2. Характеристика основных источников информации при изучении зарубежных фирм.
3. Задание.
Предприятие (число сотрудников 140 чел.) по производству узкоспециализированного медицинского оборудования решила выйти на рынок Казахстана. Поиском потенциальных покупателей руководитель решил заниматься сам, контрактную работу он поручил руководителю отдела продаж, все остальные операции выполняет один из менеджеров по сбыту. Таким образом, внешнеэкономическая деятельность организована сегодня без специально созданного подразделения. Такой вариант получился весьма экономичным, однако уже сейчас начали проявляться некоторые проблемы. Руководитель отдела продаж несколько раз затягивал подготовку договоров, загруженный дополнительной работой менеджер по продажам допускал ошибки не только при ведении внешнеэкономической деятельности, но и при продажах на внутреннем рынке. Предприятие с учетом возможности увеличения объема продаж может нанять до четырех новых сотрудников. Предложите свой вариант организации международных поставок на предприятии.

Преподаватель _____ М.А. Кравец

Описание технологии проведения

Обучающемуся выдаётся КИМ, содержащий практическое задание и два теоретических вопроса. Обучающийся вначале излагает свой ответ на бланках документов для проведения аттестации, затем устно раскрывает теоретические вопросы и поясняет решение практического задания.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Для оценивания результатов обучения на зачете с оценкой используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, умеет связывать теорию с практикой, применять теоретические знания для решения практических заданий.	<i>Отлично</i>
Обучающийся в основном владеет понятийным аппаратом данной области науки, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, умеет связывать теорию с практикой. Недостаточно продемонстрировано владение понятийным аппаратом, допускает ошибки при решении практических заданий.	<i>Хорошо</i>
Обучающийся демонстрирует частичные знания понятийного аппарата, не всегда способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не всегда умеет связывать теорию с практикой, допускает существенные ошибки при решении практических заданий.	<i>Удовлетворительно</i>
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен решать практические задания.	<i>Неудовлетворительно</i>