

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

 В.Ю.Шутилин

“ 28 ” 06 20 19 г.

Регистрационный № УД 3888-19 /уч.

ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине для специальности
1 25 80 09 “Коммерция”

2019

СОСТАВИТЕЛИ:

Флерко С.Л., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

Климченя Л.С., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Шелег Н.С., профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

Константинович О.В., начальник управления международного сотрудничества и применения мер нетарифного регулирования Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 10 мая 2019 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06.19).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Внешнеторговое проектирование» разработана для обучающихся по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» в соответствии с образовательным стандартом специальности и типовым планом.

В современных условиях практически любая успешно развивающаяся компания в конечном итоге задумывается о принятии такого серьезного для ее дальнейшего развития решения, как расширение границ реализации своей продукции и выход на зарубежные рынки.

Процесс выхода предприятия на зарубежные рынки сам по себе сопровождается множеством рисков, связанных с жесткой международной конкуренцией, и требует проведения тщательных маркетинговых исследований. Учитывая неблагоприятную обстановку в политической сфере данный процесс усложняется и нуждается в более внимательном подходе к изучению внешней среды, выбору рынка сбыта и, в соответствии с этим, к разработке стратегии выхода на конкретный зарубежный рынок, учитывая все его особенности.

Особенностью данной учебной дисциплины является комплексный подход к управлению внешнеторговыми проектами, который базируется на уже сформулированных знаниях студентов в основах управления и организации внешнеторговой деятельности.

Цель учебной дисциплины «Внешнеторговое проектирование» заключается в развитии у студентов экономического мышления, овладение студентами второй ступени образования навыками разработки бизнес проекта в сфере внешнеторговой деятельности.

Задачами изучения учебной дисциплины являются:

- теоретическая подготовка будущих специалистов коммерции, которая позволила бы им проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях;
- формирование профессиональных компетенций для принятия управленческих и инновационных решений по вопросам развития организации;
- подготовка компетентных квалифицированных кадров, хорошо представляющих внешнеторговые проекты, которые реализуются в современной глобальной экономике в целом и во внешнеторговой деятельности.

Учебная дисциплина «Внешнеторговое проектирование» опирается на знания и компетенции, полученные при изучении учебных дисциплин «Коммерческая деятельность», «Менеджмент отрасли», «Электронная коммерция».

Магистр должен обладать следующими компетенциями:

СК - 5 Уметь анализировать экономическую информацию и разрабатывать варианты внешнеторговых проектов на основе критериев социально-экономической эффективности.

В результате изучения учебной дисциплины «Внешнеторговое проектирование» обучающийся должен:

знать:

- сущность проектирования во внешней торговле;
- методы формирования концепции внешнеторгового проекта;
- методы определения границ товарного рынка;
- современные тренды развития внешнеторгового проектирования;
- особенности осуществления внешнеторгового проектирования.

уметь:

- работать с нормативными и правовыми документами при реализации внешнеторгового проекта,
- использовать методы и инструменты планирования и организации работы над внешнеторговым проектом;
- анализировать результаты внедрения внешнеторгового проекта;
- анализировать тенденции и перспективы развития коммерции в новой экономической среде.

владеть:

- профессиональной экономической и управленческой терминологией и лексикой;
- навыками анализа факторов и рисков коммерции;
- принципами эффективного управления внешнеторговыми проектами во внешнеторговой деятельности;
- навыками профессиональной аргументации при выборе вариантов внешнеторгового проекта.

В соответствии с учебным планом очной формы получения высшего образования по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» учебная программа рассчитана на 102 часа, из них аудиторных занятий 44 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 20 часов; практических занятий – 12 часов, семинарских занятий – 12 часов.

Форма текущей аттестации – экзамен.

В соответствии с учебным планом заочной формы получения высшего образования по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» учебная программа рассчитана на 102 часа, из них аудиторных занятий 10 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 4 часа; практических занятий – 4 часа, семинарских занятий – 2 часа.

Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Сущность проектирования во внешней торговле

Понятие проекта и признаки его классификации.

Типы проектов: организационные, экономические, социальные, технические, смешанные.

Этапы реализации внешнеторгового проекта: маркетинг; закупки; поставки; производство продукции, работ, услуг; реализация продукции.

Участники проекта. Жизненный цикл проекта.

Фазы проекта, рекомендуемые Всемирным банком: преинвестиционная фаза; инвестиционная фаза; эксплуатационная фаза.

Информация, подлежащая количественной оценке, которая требуется для развития идеи проекта в конкретное предложение на внешнеторговых рынках.

Методы управления проектом: метод критического пути (Critical Path Method – CPM), метод оценки и систематического пересмотра планов (Program Evaluation and Review Technique – PERT), карта рентабельности.

Тема 2. Исследование внешних рынков

Среда международного маркетинга и факторы ее определяющие. Характеристика политической, правовой, экономической, социально-культурной, информационно-технической среды.

Изучение показателей рынка и тенденций его развития. Предоставление информации о текущем состоянии рынка, в том числе анализ основных показателей, характеризующих рынок, тенденциях и перспективах его развития.

Конкурентный анализ. Изучение деятельности зарубежных компаний, ассортимента выпускаемой продукции и цен.

Основные этапы методики анализа состояния конкуренции на внешнеторговых рынках: определение критериев взаимозаменяемости

товаров на внешних рынках; определение уровня конкуренции на внешних рынках; определение временного интервала исследования рынка; определение состава субъектов внешнего рынка; расчет объема товарного рынка и долей игроков; оценка состояния конкурентной среды на внешнеторговых рынках; определение барьеров для конкуренции.

Проведение процедуры «тест гипотетического монополиста»; анализ районов продаж (местоположения покупателей), субъектов рынка; анализ данных об изменении покупателем района приобретения товара.

Изучение потребителей и поиск деловых партнеров. Поиск потребителей и определение степени их заинтересованности в приобретении продукции заказчика, а также определение спроса на товар/услугу, наиболее значимых факторов, влияющих на выбор. Поиск партнеров, поставщиков комплектующих, оборудования, технологических линий.

Использование международных информационных ресурсов: Export Potential Map.

Тема 3. Выбор и изучение партнеров при выходе на внешние рынки

Выбор контрагентов на зарубежном рынке. Классификация контрагентов по видам хозяйственной деятельности, правовому положению, характеру собственности, принадлежности капитала. Факторы, оказывающие влияние на выбор внешнеторговых партнеров. Принципы, позволяющие эффективно вести работу по выбору контрагента.

Оперативно-коммерческая работа по изучению потенциального контрагента. Принципы оценки его платежеспособности и деловой репутации на рынке. Составление информационных карт.

Источники информации о потенциальных контрагентах. Финансовые отчеты иностранных фирм и их структура. Формы оперативной, статистической и бухгалтерской отчетности.

Этапы выбора внешнеторговых партнеров: выбор зарубежного рынка или рынков; исследование структуры фирм соответствующей отрасли или рынка; выявление ведущих фирм в отрасли; изучение отдельных фирм и определение круга потенциальных контрагентов.

Тема 4. Разработка внешнеторгового проекта

Оценка перспектив реализации продуктов и услуг на внешних рынках. Факторы, определяющие решение о выходе на внешний рынок.

Анализ внешнего рынка. Определение имеющихся собственных ресурсов для международной экспансии. Определение цели при осуществлении внешнеторгового присутствия на рынке. Определение способа выхода на внешнеторговый рынок. Разработка предложения продукта или услуги на внешнеторговом рынке. Определение стратегию распространения.

Определение параметров внешнеторгового проекта. цель (результат); стоимость и бюджет проекта; жизненный цикл проекта.

Жизненный цикл проекта. Структура работ на разных стадиях жизненного цикла внешнеторгового проекта

Сбор полного пакета документов для реализации внешнеторгового проекта.

Оценка проектов по выходу на внешнеторговые рынки: прямой экспорт; косвенный экспорт; совместное предприятие; иностранное производство; партнерство; покупка иностранной компании; товарные аукционы; лицензирование; аренда или лизинг.

Алгоритм разработки проекта во внешнеторговой деятельности.

Алгоритм реализации проекта во внешнеторговой деятельности.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ»
ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Сущность проектирования во внешней торговле	2		2		2		[5,6]	
2	Исследование внешнеторгового рынка	4	2	4		2	2	[4,7]	
3	Выбор и изучение партнеров при выходе на внешнеторговые рынки	2		2		2	2	[8,9]	
4	Разработка внешнеторгового проекта	4	2	4		2	4	[3,9]	
	Всего часов	12	4	12		8	8		Экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Сущность проектирования во внешней торговле	1	1					[5,6]	
2	Исследование внешнеторгового рынка	1	1					[4,7]	
3	Выбор и изучение партнеров при выходе на внешнеторговые рынки	1	1					[8,9]	
4	Разработка внешнеторгового проекта	1	1	2				[3,9]	
	Всего часов	4	4	2					Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ
*Методические рекомендации по организации самостоятельной
работы студентов по учебной дисциплине «Внешнеторговое
проектирование»*

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к экзамену.

Законодательные и нормативные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь Закон Республики Беларусь от 9 января 2017 г. № 14-З. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 10.03.2019.

2. О развитии предпринимательства: Декрет Президента Республики Беларусь, 23 ноября 2017 г., N 7 // КонсультантПлюс. Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ.Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – Дата доступа: 26.02.2019.

3. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 347-З // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — Режим доступа: <http://pravo.by>. — Дата доступа: 14.04.2019.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

4. Айджанов, А.В. Анализ состояния конкуренции и определение границ товарного рынка: Монография / А.В. Айджанов, И.В. Князева; Центр развития и защиты конкурентной политики. – Астана, 2016. -132 с.

5. Седель, О.Я. Управление проектами : учебно-методическое пособие / О.Я. Седель, Д.А. Петрукович ; Брест. гос. ун-т. имени А.С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2014. – 150 с.

6. Иванов, И. Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. для вузов / И.Н.Иванов. – М.:ИНФРА-М, 2018. 297 с.

Дополнительная:

7. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин; под ред. Е. Ф. Прокушева. — 10-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 450 с.

8. Стровский, Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / ред.:— 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 802 с.

9. Рассадин, Б.И. Основные способы и факторы проникновения на внешний рынок: автореф. дис. д-ра эк. наук / Владимирский гос. ун-т. Б.И. Рассадин. — Владимир, 2011. 24 с.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (протокол № ____ от _____ 20__
г.)

Заведующий кафедрой

_____ Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ А.И. Ерчак

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Модели и стратегии развития бизнеса	Экономики торговли и услуг	нет и.о. зав. кафедрой И.А. Дегирова	N10 от 10.05.13