Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 14.09.2024 08:42:15
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f35a12

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ /Воротников И.Л./
«04» 03 2022 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Дисциплина	**УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**
Направление подготовки	**38.03.02 Менеджмент**
Направленность (профиль)	**Производственный менеджмент в агробизнесе**
Квалификация выпускника	**бакалавр**
Нормативный срок обучения	**4 года**
Форма обучения	**Очно-заочная**
Кафедра-разработчик	**Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК**
Ведущий преподаватель	**Пшенцова А.И., доцент**

Разработчик: доцент, Пшенцова А.И. _____
(подпись)

Саратов 2022

Содержание

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ……..... 3

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания …….. 5

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....……..……..….. 8

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы их формирования …… 37

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

В результате изучения дисциплины «Управление внешнеэкономической деятельностью» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 г. № 970, формируют следующие компетенции, указанные в таблице 1.

Таблица 1

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Управление внешнеэкономической деятельностью»

Компетенция		Индикаторы достижения компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП (семестр)	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для оценки уровня сформированности компетенции
Код	Наименование				
1	2	3	4	5	6
ПК-1	Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий агробизнеса и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятий	ПК - 1.9. Анализирует внешнюю и внутреннюю среду организации, выявляет ее ключевые элементы и их влияние на организацию, оценивает результаты коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере; владеет навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки	8	лекции, практические занятия	Устный опрос, контрольная работа, кейс, доклад, тестовые задания, самостоятельная работа

	АПК				

Примечание:
Компетенция ПК-1 – также формируется в ходе освоения дисциплин:
Мировая экономика и международные экономические отношения
Маркетинговые исследования
Моделирование производственно-экономических процессов на предприятии АПК
Организация производства на предприятиях АПК
Управление сбытом в агробизнесе
Анализ хозяйственной деятельности предприятия АПК
Финансовый менеджмент на предприятии АПК
Государственное регулирование в агробизнесе
Управление конкурентоспособностью сельскохозяйственной продукции
Управление конкурентоспособностью предприятий в агробизнесе
Технологическая (проектно-технологическая) практика
Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	контрольная работа	средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по разделу или нескольким разделам	комплект контрольных заданий по вариантам
2	доклад	продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	темы докладов
3	тестирование	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	банк тестовых заданий
4	Кейс	случай из практики наглядно демонстрирующий какую-либо теорию	комплект кейсовых заданий
5	устный опрос	развернутый ответ обучающегося представляющий собой связное, логически последовательное сообщение на заданный вопрос,	комплект карточек для устного опроса

		показывающий его умение применять определения, правила в конкретных случаях	

Программа оценивания контролируемой дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1	Особенности отдельных режимов осуществления ВЭД	ПК-1	Устный опрос, Тестирование, доклад
2	Участники внешнеэкономической деятельности. Особенности посреднической деятельности во внешнеэкономической сфере	ПК-1	Устный опрос, кейс-задание, доклад
3	Особенности отдельных методов торговли	ПК-1	Устный опрос
4	Особенности международной торговли научно-техническими знаниями	ПК-1	Устный опрос, кейс-задание, тестирование, доклад
5	Совершенствование механизма государственного регулирования ВЭД в России	ПК-1	Устный опрос, тестирование
6	Таможенно-тарифное регулирование ВЭД	ПК-1	Устный опрос
7	Применение таможенных пошлин во ВЭД	ПК-1	Устный опрос, контрольная работа
8	Особенности таможенного регулирования в рамках отдельных таможенных процедур	ПК-1	Устный опрос, тестирование
9	Ценовая политика компании	ПК-1	Устный опрос, контрольная работа
10	Международная транспортировка товаров	ПК-1	Устный опрос
11	Международная транспортировка товаров	ПК-1	Устный опрос, контрольная работа, доклад
12	Особенности выхода на внешний рынок	ПК-1	Устный опрос, контрольная работа, доклад
13	Сущность внешнеэкономических сделок	ПК-1	Устный опрос
14	Особенности международных контрактов	ПК-1	Устный опрос, доклад
15	Подготовка внешнеэкономической сделки	ПК-1	Устный опрос, кейс-задание, контрольная работа

Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Управление внешнеэкономической деятельностью» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		ниже порогового уровня (неудовлетворительно)	пороговый уровень (удовлетворительно)	продвинутый уровень (хорошо)	высокий уровень (отлично)
1	2	3	4	5	6

ПК-1, 8 семестр	**знает:**	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (понятийный аппарат внешнеэкономической деятельности; состав и классификацию участников внешнеэкономической деятельности; российское законодательство в сфере внешнеэкономической деятельности; особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок; принципы развития и закономерности функционирования организации; виды внешнеторговых операций и их преимущества; основы таможенно-тарифного регулирования), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание материала (понятийный аппарат внешнеэкономической деятельности; состав и классификацию участников внешнеэкономической деятельности; российское законодательство в сфере внешнеэкономической деятельности; особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок; принципы развития и закономерности функционирования организации; виды внешнеторговых операций и их преимущества; основы таможенно-тарифного регулирования), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий
	умеет:	не умеет заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении	в целом успешное, но не системное умение участвовать в подготовке и	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение	сформированное умение заключать международные контракты; вести деловые переговоры при

		внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено	проведении переговоров с иностранными фирмами, используя современные методы и показатели оценки (методы формирования коммерческих предложений)	заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, используя современные методы и показатели такой оценки	заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, используя современные методы и показатели такой оценки
	владеет навыками:	обучающийся не владеет навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки результатов коммерческой деятельности	в целом успешное, но не системное владение ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение ведения переговоров при	успешное и системное владение ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки результатов коммерческой деятельности

		предприятия во внешнеэкономической сфере, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено	результатов коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере	заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки результатов коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере	предприятия во внешнеэкономической сфере

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Входной контроль

Целью проведения входного контроля является оценка остаточных знаний у обучающихся.

Примерный перечень вопросов

1. Роль ТНК в мировом хозяйстве.
2. Роль международных экономических организаций в мировой экономике.
3. Отраслевая структура мирового хозяйства.
4. Предпринимательские ресурсы мирового хозяйства.
5. Понятие регионализации.
6. Понятие международной экономической интеграции.
7. Структура внешней торговли Российской Федерации.
8. Преимущества и недостатки для российской экономики от присоединения к ВТО.
9. Мировой финансовый кризис и его последствия для России.
10. Конкурентные преимущества и слабости российской экономики.

3.2. Доклады

Умения и навыки, на формирование которых направлено выполнение данного вида работ

Выполнение докладов направлено на формирование у обучающихся умений управлять внешнеэкономической деятельностью с учетом системы национального и наднационального регулирования. Выполнение доклада также направлено на формирование навыков принятия управленческих решений во внешнеэкономической сфере.

Требования к выполнению доклада.

В качестве теоретического аспекта выполнения самостоятельной работы учебным планом по курсу «Управление внешнеэкономической деятельностью» предусмотрена также подготовка одного доклада, который в полной мере раскрывает творческий подход обучающихся к самостоятельной проработке нового материала, позволяет оценить степень готовности учащихся к самостоятельному выбору актуальных проблем внешнеэкономической деятельности в мировом масштабе.

Доклад представляет собой подготовленное сообщение на заданную тему, которое в ходе занятия подлежит публичному обсуждению.

Свой доклад обучающийся готовит по определённой схеме. В самом начале выступления следует обозначить проблему. Именно данная проблема должна стать предметом дальнейших аналитических рассуждений.

После обозначения проблемы следует озвучить несколько аспектов, прямо вытекающих из указанной проблемы (2–3 вопроса-аспекта). Далее эти аспекты освещаются более подробно.

В изложении аналитического материала по заданной теме должны чётко прослеживаться:

- компетентность автора сообщения по указанной проблеме,
- систематизация материала по указанной схеме,
- умение работы с массивом информации и статистическими данными,
- самостоятельность при подготовке материала,
- позиция автора по отношению к указанным аспектам,
- способность автора к выявлению зависимостей и закономерностей,
- аналитические рассуждения автора и формулирование выводов.

После изложения материала следует озвучить пути решения указанной проблемы, особое внимание уделяя её аспектам. Предложения автора не должны носить декларативного характера, их следует чётко аргументировать и обосновать.

В заключение сообщаются источники информации, использованные при подготовке доклада. Предполагается, что таких источников должно быть не менее трёх. Регламент одного выступления – 15–20 минут.

Рекомендуемая тематика докладов по дисциплине приведена в таблице 2.

Таблица 2

Темы докладов, рекомендуемые к рассмотрению при изучении дисциплины «Управление внешнеэкономической деятельностью»

№ п/п	Темы докладов
1	2
1	Сущность международного бизнеса и его базовые черты
2	Формы предпринимательства без образования юридического лица в России и за рубежом
3	Основные способы финансирования фирмы, вовлеченной во внешнеэкономическую деятельность.
4	Нетрадиционные источники финансирования экспорта компании.
5	Традиционные методы финансирования экспорта
6	Финансовые ресурсы развития международной фирмы
7	Фьючерсные и форвардные контракты
8	Опционный контракт, его преимущества

№ п/п	Темы докладов
1	2
9	Трудовые ресурсы развития международной фирмы
10	Критерии оценки инвестиционных проектов и их преимущества и недостатки
11	Инструменты хеджирования транзакционных валютных рисков
12	Наиболее значимые возможности выхода на внешний рынок для российской фирмы
13	Экономический анализ внешней среды
14	Основные элементы внешней среды международного бизнеса
15	Влияние внешней среды на потенциал международной фирмы
16	Характеристика основных подходов к отбору персонала при назначении за рубеж
17	Элементы корпоративной культуры и наиболее значимые ценности международной фирмы
18	Информационное обеспечение таможенных логистических систем
19	Роль и значение транспортно-экспедиторских компаний в функционировании внешнеторговых логистических систем

3.3. Контрольные работы

Цель контрольной работы по дисциплине «Управление внешнеэкономической деятельностью» – оценить степень восприятия учебного материала и проводится для оценки результатов изучения разделов/тем дисциплины.

Тематика контрольных и самостоятельных работ устанавливается в соответствии с рабочей программой дисциплины. Количество вариантов заданий – по теме используется два варианта заданий.

Приводится пример одного из вариантов по каждой теме для самостоятельных и контрольных работ.

ТЕМА: «ПРИМЕНЕНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН ВО ВЭД».

Задача 1. Используя ТН ВЭД Таможенного союза определить таможенную пошлину, розничную цену на импортируемое детское питание.

Импортируется детское питание, расфасованное для розничной продажи. Товар пошлиной от уплаты акциза и НДС при ввозе на территорию РФ освобожден. Таможенная стоимость, включая затраты по доставке до границы РФ, - 100 долл. за 1 т. Курс рубля к доллару ЦБ РФ – 35,08 руб./долл. Ставка сборов за таможенное оформление - 0,15 %. Прочие расходы организации на импорт и реализацию - 25000 руб./т. Торговая надбавка при розничной торговле – 20 %.

Задача 2. Из-за рубежа ввозят шины пневматические, резиновые для легковых автомобилей из Японии в количестве 500 шт. Таможенная стоимость, включая затраты по доставке до границы РФ, - 20 долл. за 1 шт.

Используя ТН ВЭД Таможенного союза фрагмент импортного тарифа, рассчитать:

1. ввозную таможенную пошлину;
2. сбор за таможенное оформление;
3. акциз;
4. НДС;
5. определить общую сумму платежей.

Задача 3. Ввозятся телефонные аппараты, код ТН ВЭД - 851710000, таможенная стоимость - 20 тыс. долл. Страна происхождения товара неизвестна. Ставка ввозной таможенной пошлины – 20 %. Исчислить пошлину.

Задача 4. Декларируется вывозимый из России товар - пшеница мягкая, код ТН ВЭД - 100190910, в количестве 100 т, по цене 160 долл. за 1 т. Исчислить сбор за таможенное оформление.

Задача 5. Ставка российского импортного тарифа на иностранную одежду составляет 20 %, на ткани - 1 %. Стоимость ткани составляет 20 % стоимости одежды. Рассчитать эффективный уровень тарифа:

- при условиях, указанных выше;
- если импортная пошлина на готовую одежду возрастет до 40 %;
- если пошлина на ткани увеличится до 10 %;
- если пошлина на одежду сократится до 10 %;
- если пошлина на ткани сократится до 0,4 %.

Какие выводы можно сделать на базе этих расчетов?

ТЕМА: «ОСОБЕННОСТИ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК».

Задача 1. У предприятия есть возможность реализовать 1 000 шт. продукции на внутреннем и внешнем рынках. Определите, в каком случае выгоднее реализовать продукцию на внутреннем рынке, а в каком – на внешнем рынке. Данные для расчетов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Данные для расчета экономической эффективности экспорта

Показатели	1 вариант	2 вариант	3 вариант	4 вариант
Объем продаж, шт.	1 000	1 000	2 000	5 000
Производственная себестоимость, руб./шт.	4000	4000	3500	3000
Цена единицы изделия, руб.				
- на внутреннем рынке	5 000	5 000	10 000	10 000
- на внешнем рынке	1 000	1 000	5 500	5 500
Затраты на реализацию:				
- на внутреннем рынке, руб./шт.	350	350	750	750
- на внешнем рынке, долл./шт.	200	200	500	500
Курс валюты, руб./долл.	15	25	30	35

Задача 2. Предприятию необходимо принять решение о закупке оборудования для нужд производства. Есть два варианта закупки оборудования: внутри страны и за рубежом. Определите целесообразность импорта. Данные для расчетов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Данные для расчета эффективности импорта

Показатели	Импортное оборудование	Отечественное оборудование

Цена оборудования (контрактная цена)	20 000 долл. США	100 000 руб.
Затраты, связанные с закупкой и доставкой оборудования	10 000 долл. США	10 000 руб.
Срок службы оборудования	8 лет	5 лет
Годовые расходы, связанные с эксплуатацией оборудования	100 000 руб.	120 000 руб.
Курс валюты	35 руб./долл. США	–

Задача 3. Предприятию необходимо принять решение о закупке товара массового спроса за рубежом. Определите целесообразность импорта. Данные для расчетов представлены в табл. 3.

Таблица 3

Данные для расчета эффективности импорта товара массового спроса

Показатели	1 вариант	2 вариант
Количество единиц товара, тыс. ед.	1 000	1 000
Контрактная цена EXW, у.е./ед.	0,3	0,3
Транспортные расходы, у.е./ед.	0,2	0,2
Другие расходы, связанные с доставкой и реализацией товара на внутреннем рынке, тыс. руб.	500	500
Курс валюты, руб./ у.е.	32	44
Цена реализации на внутреннем рынке, руб./ед.	20	20

ТЕМА: «МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРАНСПОРТИРОВКА ТОВАРОВ».

Дистрибьюторская торговая компания имеет в своем ассортименте две торговые марки: марка №1 и марка №2, поставляемые двумя разными поставщиками.

Прогноз продаж марки №1 на следующий квартал составляет 90 000 долл США, марки №2 – 120 000 долл США.

Поставщик марки №1 требует предоплату за 10 дней до отгрузки продукции. Время в пути составляет в среднем 7 дней, таможенное оформление не производится, т.к. товар произведен в России. Время нахождения партии на складе до полной реализации составляет 25 дней. Время доставки продукции клиентам в среднем составляет 2 дня. Расчеты за товар осуществляются в среднем через 30 дней после получения товара.

Поставщик марки №2 получает оплату в день отгрузки товара, доставка товара до склада занимает 14 дней, товар импортный, таможенное оформление занимает 3 дня. С момента прихода партии на склад до полной продажи проходит 20 дней. Условия доставки клиентам и срок погашения дебиторской задолженности аналогичны данным по марке №1.

Сколько оборотных средств потребуется компании для выполнения плана продаж?

Какую экономию за год принесет компании уменьшение времени нахождения товара каждой марки на складе на 5 дней при условии, что банковский процент равен 25 % в год?

ТЕМА: «ПОДГОТОВКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ СДЕЛКИ».

Заполните внешнеторговый контракт купли-продажи.

Контракт №

Москва «_____»_____200_г.

Компания «_____», зарегистрированная по адресу_____ в дальнейшем именуемое "Продавец" в лице _____, _____, действующего на основании устава, и ООО "_____", именуемое в дальнейшем "Покупатель" в лице_____– генерального директора, действующего на основании устава, подписали настоящий контракт о нижеследующем:

1. Предмет контракта
Продавец обязуется отгрузить, а Покупатель – купить на условиях (базисные условия поставки) согласно Инкотермс-2000 товары, номенклатура которых приведена в Приложении 1 к настоящему Контракту, являющемся неотъемлемой частью контракта, на общую сумму _____ (_____) долларов США в срок до _____.

2. Цены по Контракту и общая стоимость Контракта
2.1. Все цены на товары оговариваются в предложениях Продавца и обозначаются в долларах США. Продавец имеет право изменять цены при условии оповещения Покупателя о предстоящем изменении не менее чем за две недели.
2.2. Общая стоимость настоящего Контракта _____ (_____) долларов США и остается неизменной, даже если Продавец изменяет цены в течение срока действия Контракта.
2.3. Все расходы, включая таможенные, после подписания и исполнения Контракта уплачиваются сторонами на территориях своих стран.

3. Условия поставки
3.1. Условия поставки: базисные условия поставки.
3.2. Поставка Товара осуществляется партиями, сформированными на основании заказов Покупателя и наличия Товара на складе Продавца.
3.3. Заказ считается принятым к исполнению, если Продавец выставил Покупателю предварительный инвойс.
3.4. Инвойс вступает в силу с момента

Contract #

Moscow «____»_____ 200_

Company «_____» registered _____ (hereinafter referred to as the “SELLER”), represented by_____, _____, due to the power of the statement on the one hand, and OOO “_____” (hereinafter referred to as the “BUYER”), represented by _____, General Director, due to the statement on the other hand, have concluded the Present Contract on the following:

1. Subject of the contract
The SELLER is to ship and the BUYER is to buy products (hereinafter referred to as the “GOODS”) on terms delivery basis (Incoterms-2000) in accordance with the specification given in SUPPLEMENT #1 attached to the Present Contract and constitute an integral part thereof, for the whole amount _____ (_____) USD up to _____.

2. Price and total amount of the contract.
2.1. All the prices are specified in the SELLER’s proposals and fixed in US dollars. The SELLER has a right to change prices in case of informing the BUYER two weeks before these changes.
2.2. The total amount of the Present Contract is _____ (_____) USD and is to be firm and not subject to any alterations even if the SELLER changes prices for the duration of the Present Contract.
2.3. After signing and fulfillment of the Present Contract all the expenses, including custom dues, are paid by the parties on their own territories.

3. Terms of delivery
3.1. Delivery terms: delivery basis.
3.2. GOODS are delivered in lots formed in the assortment, based on BUYER’s orders and availability of GOODS in the SELLER’s stock.
3.3. The order considered to be implemented if the SELLER makes out a pro forma invoice to the BUYER.
3.4. Invoice comes into power after the BUYER confirms its payment.
3.5. The SELLER shall ship the GOODS from

подтверждения Покупателем согласия на оплату по этому инвойсу.
3.5. Продавец обязуется в течение 5 дней с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по выставленному инвойсу отгрузить Товар со склада Изготовителя.
Продавец обязан известить Покупателя о факте отгрузки Товара в кратчайшие сроки, сообщив следующие данные: дату отгрузки, номер Контракта, наименование средства доставки, номер товаросопроводительного документа, описание, количество и вес отгруженного Товара.
В случае если Продавец не произвел отгрузку товара в течение 5 дней с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по выставленному инвойсу, он обязан уплатить покупателю 0,1% от стоимости заказа за каждый день задержки.
В случае если Продавец не произвел отгрузку товара в течение 30 дней с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по выставленному инвойсу, Покупатель вправе отказаться от заказанного товара.
3.6. Право собственности на Товар переходит к Покупателю в момент _____(согласно базису поставки).

4. Условия оплаты
4.1. Покупатель оплачивает 100% суммы, указанной в инвойсе, в течение 90 календарных дней по завершению оформления документов по таможенной очистке груза.
В случае просрочки платежа, Покупатель должен уплатить Продавцу пени в размере 0,1% от просроченной суммы за каждый день просрочки.
Авансовые платежи возможны по согласованию сторон. В случае непоставки товара Продавец возвращает сумму авансового платежа не позднее 90 дней со дня аванса.
4.2. Все платежи по настоящему контракту осуществляются в долларах США банковским переводом.

5. Упаковка и маркировка
5.1. Товары должны быть упакованы в соответствии с требованиями к каждому виду Товара.
Внешняя и внутренняя упаковка должны обеспечивать защиту от порчи, повреждений и атмосферных воздействий.
Ящики, в которые упакован товар, должны быть отмаркированы с трех сторон: верхней и двух противоположных друг другу боковых сторон.
Все сопроводительные документы (упаковочные листы, спецификации) так же, как маркировка и техническая документация, должны быть составлены на английском языке.

manufacturer warehouse within 5 days after BUYER's confirmation of the invoice.
The SELLER shall inform the BUYER of the fact of shipment as soon as possible and shall provide following information: Date of shipment; Contract No.; Name of Vessel, No. of Document of Title, Description, Number and Weight of the GOODS.
In case the GOODS are not shipped within 5 days after BUYER's confirmation of the Invoice, the SELLER is to pay the BUYER the fine 0,1% of the cost of non-shipped GOODS.
In case the GOODS are not shipped within 30 days after BUYER's confirmation of the Invoice, the BUYER has a right to refuse these GOODS.
3.6. The right of ownership for the GOODS shall pass to the BUYER at the moment of _____ (according to the delivery basis).

4. Terms of payment
4.1.The BUYER shall pay 100% of the Invoice within 90 calendar days after executing records on customs clearance is completed.
If failing to pay on time, the BUYER is to pay the SELLER the fine 0,1% of the Invoice, which was not paid on time.
Payments in advance are available if both parties have agreed. In case of non-delivery SELLER is to reimburse the amount of the payment in advance not later than 90 days from the day BUYER made the payment.
4.2. All payments under this Contract are made in US dollars by bank remittance to the SELLER's account.

5. Packing and Marking
5.1. The GOODS shall be packed and marked in accordance with the demands of each kind of the GOODS.
Internal and external packing shall secure full safety of the GOODS and protect them against any breakage and damage as well as atmospheric effects.
Each carton used for packing the GOODS shall be marked three sides: top one and two opposite to

each other side sides. All the covering documents such as Packing and Specification Lists as well as Marking and Technical Documentation shall be written down in English.

6. Приемка
6.1. Товар считается доставленным Продавцом и принятым Покупателем:
по количеству - в соответствии с сопроводительными документами;
по качеству – в соответствии с сертификатом качества Продавца.
6.2. Окончательная приемка выполняется в стране Покупателя. Товары принимаются:
по количеству мест - на момент получения Товара от Экспедитора (Перевозчика);
по количеству содержимого в упаковке - не позднее двух недель после получения Товара, а также на момент вскрытия упаковки;
по качеству – не позже месяца после вскрытия упаковки.
6.3. Приемка выполняется уполномоченным представителем Покупателя с приглашением при необходимости представителя Торговой палаты (по выбору Покупателя) с оформлением акта приемки.

6. Acceptance of the GOODS
6.1. The GOODS are considered as delivered by the SELLER and accepted by the BUYER:
as to number of packages - according to shipment documents;
as to quality - according to the Quality Certificate issued by the SELLER.
6.2. Final acceptance is to be made in the territory of the BUYER.
The GOODS are being accepted:
as to number of packages - on receipt of the GOODS from a Forwarder (Carrier);
per quality of items - not later than two weeks after receiving the GOODS and the moment of opening the package;
as to quality - not later than one month after opening the package.
Acceptance of the GOODS shall be made by the official representative of the BYUER in the presence of, if necessary, the official representative of the Chamber of Commerce (at BUYER's discretion) with the execution of the report of acceptance.

7. Качество и гарантии
7.1. Качество Товара должно находиться в полном соответствии с Сертификатом качества производителя.
7.2. Для Товара, качества которого требуют специальных гарантий, устанавливается гарантийный срок 12 месяцев со дня поставки.
7.3.Если в течение гарантийного срока Товар, поставленный Продавцом, проявит дефекты или несоответствие условиям Контракта, Продавец обязан устранить дефект или заменить дефектные компоненты за свой счет. Доставка дефектных товаров при возврате выполняется за счет Покупателя.

7. Quality and Warranty
7.1. The quality of the GOODS shall conform to the Quality Certificate issued by the supplier.
7.2. For the GOODS being in need of special warranty, the warranty period is fixed within 12 months from the date of delivery.
7.3. Should the GOODS within the guarantee period prove to be defective or not corresponding to the Terms and Conditions of the Present Contract, the SELLER shall eliminate defects or replace defective parts. The costs on the delivery of defective parts back to the SELLER are covered by the BUYER.

8. Претензии
8.1. Покупатель может выдвинуть Продавцу претензии по количеству и качеству Товара в течение двух недель со дня приемки.
Для Товара, обеспеченного гарантийным периодом, претензии по качеству могут быть выдвинуты и в течение месяца после истечения гарантийного срока при условии, что Покупатель обнаружил дефекты в течение гарантийного срока.
8.2. Претензии подтверждаются Сертификатом нейтральной компетентной экспертной организации.
8.3. Продавец должен удовлетворить

8. Claims
8.1. The BUYER can claim the SELLER for quantity as well as for quality within two weeks from the date of acceptance.
For the GOODS ensured by a warranty period claims can be made 30 days after warranty period expires in case if the BUYER has found defects within this warranty period.
8.2. The claims must be proved by the Certificate drawn up by a competent independent expert Organization.
8.3. The SELLER is to examine and fulfill the claim within 20 days on receipt of the claim.

возникшую претензию в течение 20 дней с момента ее получения.

9. Форс-мажор
В случае обстоятельств, делающих невозможным частичное или полное выполнение Контрактных обязательств любой из сторон, а именно: пожар, стихийные бедствия, война или боевые действия, эмбарго дата исполнения Контрактных обязательств изменяется в соответствии с продолжительностью воздействия таких обстоятельств.
Если такие обстоятельства продолжаются более трех месяцев, каждая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения Контрактных обязательств, и в этом случае ни одна из сторон не имеет права требовать возмещения понесенных убытков.
Сторона, находящаяся под воздействием обстоятельств, делающих невозможным исполнение Контрактных обязательств, должна информировать другую сторону о наступлении или окончании таких обстоятельств в течение пяти дней. Документы из Торговой палаты стран Продавца и Покупателя, соответственно, будет подтверждать очевидность вышеупомянутых обстоятельств, их наличие и продолжительность.

9. Force-majeur
If in the case of the Force-majeur circumstances, namely fire, natural calamity, blockade, embargo on exports or Imports, or some other ones not dependent on the Parties, the full or partial execution of this Contract becomes impossible by any of the participants, the period of the obligations execution is extended in correlation with the time frame of the Force-majeur circumstances.
If such circumstances and their consequences should continue for more than three months each of the Parties in this Contract shall have the right to reject all future obligations stipulated in the Contract. Neither Party shall have the right to claim compensation for damages related to these circumstances from the other Party.
Either Party who finds it impossible due to such circumstances to accomplish their obligations according to this Contract shall immediately inform the other Party by both electronic means and registered mail of the Force-majeur circumstances. A certificate issued by the Chamber of Commerce of an appropriate geographical entity, related to either the SELLER’s or BUYERS' countries, shall serve as proper proof of the existence of a Force-majeur and its duration.

10. Прочие условия
10.1. Продавец имеет право передачи Контрактных обязательств третьей стороне и должен уведомить об этом Покупателя сообщением по факсу.
10.2. Настоящий Контракт может быть изменен или расторгнут только с оформлением письменного соглашения сторон.
Любые изменения и дополнения к настоящему Контракту являются его неотъемлемой частью и действительны только в случае, если они письменно оформлены и заверены подписями уполномоченных представителей обеих сторон.
10.3. После подписания Контракта все предыдущие переговоры и относящаяся к ним переписка аннулируются и становятся недействительными. Настоящий Контракт составлен в 2 экземплярах, русский и английский вариант имеют одинаковую юридическую силу.
10.4. Срок действия контракта: контракт вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует до _____.

10. Other terms
10.1. The SELLER is entitled to transfer its Contract obligations to a third party after the BUYER is to be informed about it by fax.
10.2. The present Contract can be changed or annulled only after both parties’ written consent. All amendments and additions to the Present Contract are its inherent parts and valid only if they are made in writing and signed by both parties.
10.3. After signing the Present Contract all previous negotiations and correspondence between the parties in connection with it shall be considered null and void. The present contract exists in two copies. All of them (Russian and English) have equal juridical validity.
10.4. The Duration of the Present Contract: The Present Contract comes to power from the moment of being signed and is valid until _____.

11. Аннотация
С целью высокой эффективности в решении текущих проблем, связанных с этим Контрактом, стороны заявляют, что посланные факсом документы действительны до момента

11. Annotation
In order to make this Present Contract work more effectively, both parties announce that documents sent by fax are valid till the original documents arrival, but not longer than 180 calendar days, after

получения оригиналов, но не более 180 календарных дней, по истечении которых подлинники документов должны быть предоставлены другой стороне. Продление срока действия документов извещением по факсу не допускается.

180 days being over, the original documents are to be presented to the other party. Extension in validity by fax is not allowed.

12. Юридические адреса и банковские реквизиты сторон

12. Legal address and Bank Requisites of the Parties

В случае изменений банковских реквизитов любой из сторон другая сторона должна быть поставлена об этом в известность в письменном виде, и в течение 10 дней надлежит составить подписанное обеими сторонами Дополнение к настоящему Контракту с вновь установленными банковскими реквизитами.

In case of bank requisites being changed by any of the parties, the other party shall be informed about it in writing and within 10 days an ADDENDUM to the Present Contract with new Bank requisites is to be made and signed by both parties.

Покупатель (BUYER):

_____

SELLER (Продавец):

_____

ТЕМА: «ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ»

Задание 1. Разработайте ценовую стратегию компании на этапе зрелости жизненного цикла товара. Обоснуйте свой выбор.

Задание 2. В таблице представлены основные ценовые стратегии, используемые в международном маркетинге. Дайте их краткую характеристику.

Таблица 1

Ценовые стратегии	Характеристика
«снятия сливок»	
«низких цен»	
«дифференцированных цен»	
«единых цен»	
«ценового лидера»	
«убыточного лидера»	

Задание 3. Разработайте ценовую стратегию компании при выходе на внешний рынок с новым товаром. Обоснуйте свой выбор.

3.4 Кейс-задания

Цель кейс-заданий по дисциплине «Управление внешнеэкономической деятельностью» – научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и вырабатывать оптимальное решение; оценить степень восприятия учебного материала и результаты изучения разделов/тем дисциплины.

ТЕМА: «ОСОБЕННОСТИ ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ».

Проблема российской компания (Дистрибьютора), продающей смазочные масла зарубежного брэнда (Производителя). Производитель входит в пятерку крупнейших компаний по добыче и переработке нефти, является вертикально интегрированной компанией (добыча, переработка, продажа смазочных материалов). В России Производитель работает через Дистрибьютора - официальную дистрибьюторскую компанию, которая получает поставки напрямую и продает широкий ассортимент продукции Производителя через свою дилерскую сеть.

Россия – страна парадоксов. Сразу после кризиса появилось несколько «масляных» марок, неизвестных в мире. Они быстро завоевали огромную популярность и набрали большие объемы продаж. Однако известный мировой брэнд, о котором идет речь, через полтора года официальных продаж в России по- прежнему заметно отстает от конкурентов. При этом работу Дистрибьютора нельзя назвать неуспешной. За первый год Дистрибьютор продал 70 % от того объема, который продал один из его конкурентов на 6-й год работы в России. Производитель остался очень доволен Дистрибьютором и предложил на 2002 год увеличить план. Дистрибьютор взял повышенные обязательства и решил довести продажи до 2500 тонн. Те темпы роста продаж, которые Дистрибьютор демонстрирует с начала года, свидетельствуют о выполнимости такого плана. В чем же причина беспокойства Дистрибьютора? Хочется больше. Тем более что есть ощущение реальности таких претензий.

Информация.

Продукт. Распространяемый Дистрибьютором брэнд присутствует на рынке около 80 лет, имеет широкую мировую известность и высокую репутацию. В России официально продается с 1999 года. Основные потребители - добывающие компании, компании-автоперевозчики, сервисные станции, оптовики, автолюбители.

Брэнд позиционирован и приспособлен по техническим характеристикам для тяжелых условий эксплуатации (низкая температура, непрерывная работа механизмов и т. д.). Большая часть масел и смазок под данным брэндом относится к высшей категории качества, однако продается по весьма умеренной цене, которая существенно ниже цены основных конкурентов на аналогичные продукты. Низкую цену при высоком качестве позволяет удерживать собственная запатентованная технология, улучшающая свойства продукта при низких затратах.

Рекламная стратегия Производителя. Рекламная стратегия Производителя во всем мире – строгая экономия средств на раскрутку брэнда. Позиция примерно такая: наша продукция – супермасло, и реклама ему не нужна.

На российском рынке рекламная поддержка продукта проводится с умеренной интенсивностью. Основные направления рекламы – печатные специальные издания, наружная реклама, отраслевые выставки, полиграфическая и сувенирная продукция. Причем расходы на рекламу несут совместно Производитель, Дистрибьютор и региональные дилеры.

Рынок. Рынок смазочных материалов можно условно разделить на две большие категории – легкомоторные масла, то есть предназначенные для

легковых автомобилей, и масла для тяжелой промышленной техники. На рынке первой категории в числе лидеров присутствует около 10 западных производителей – Exxon, Mobil, Shell, Chevron, Castrol и др. Существенно расширить свою долю на этом рынке крайне трудно.

Другой рынок – масла для тяжелой техники – представлен в основном 3 компаниями: Shell, Teboil (финский брэнд) и Chevron. Прочие малоизвестные марки масел (no name) занимают в России, по оценке экспертов Дистрибьютора, не более 20%. Именно в компанию 3 ведущих брэндов и пытается влезть Дистрибьютор. Это огромный и очень выгодный рынок. Если рынок легкомоторных масел сезонен (автовладельцы обычно меняют масло дважды в год - осенью и весной), то у предприятий совсем другой режим работы. Особенно на Севере, где техника работает 22 часа в сутки. Если при 50-градусном морозе мотор заглушен более 2 часов, его потом не заведешь.

При работе на этом рынке главное – добиться внесения вашего масла в реестр предприятия. Каждое из них определяет, смазочные материалы каких фирм допустимо использовать для обслуживания своей техники. Важно и то, что в отличие от рынка масел для легковых автомобилей на этом рынке малоизвестные марки (и в первую очередь отечественные) не могут использовать свой главный конкурентный козырь – низкую цену. Наоборот, импортные масла промышленного назначения имеют в России благодарного потребителя, поскольку почти вся тяжелая добывающая техника у нас импортная.

Сегодня масла Производителя использует ряд подразделений «Сибнефти», «Татнефти» и других добывающих компаний. Некоторые потребители переходили на эту марку с других, более дешевых, убедившись, что это более качественный продукт. Для любого руководителя ясно, что если техника работает на этом масле не 300 моточасов, а вдвое больше, то затраты окупаются сторицей.

Сбыт. Отношения Производителя с дистрибьюторами коренным образом отличаются от сбытовой политики его конкурентов. Принципиальная позиция Производителя такова: не открывать фирменных представительств в странах своего присутствия. Роль представительств выполняют местные компании-дистрибьюторы, которые сами организуют дилерскую сеть по стране. Кстати, Дистрибьютор получил свой официальный статус после того, как некоторое время работал на российском рынке с брэндом Производителя «в серую». Предложение Производителя стать официальным дистрибьютором компания восприняла как счастливый билет, и после этого ее работа вышла на новый, более масштабный, уровень.

Но такой способ продвижения товара на новый рынок имеет и свои неудобства. Работа через дилерскую сеть не дает возможности торговать напрямую, как это делают российские представительства компаний-конкурентов Производителя. Дистрибьютору приходится делиться своей прибылью с дилером, при этом поставки осуществляются на условиях товарного кредита.

Стратегия работы Дистрибьютора с дилерами за полтора года работы серьезно изменилась. Поначалу требования к региональным продавцам были чрезмерно жесткими: дилерский договор заключался лишь с теми, кто мог

гарантировать достаточно большие объемы продаж. Позже было принято решение о снижении минимальных объемов продаж. Безусловно, работать с небольшой сетью из крупных продавцов намного проще в организационном плане. Однако вскоре стало ясно, что выгоднее иметь более разветвленную сеть. Сегодня дилерская сеть Дистрибьютора - это 24 региональные компании. Шесть из них берут на реализацию крупные партии, а среди остальных есть и такие, кто продает по 2–3 тонны.

Предварительный анализ проблемы. Предположение, что конкуренцию официальным поставкам масел Производителя могут составлять сами дилеры, осуществляя параллельно «серые» поставки, было категорически отметено. Ситуация на рынке масел и смазочных материалов такова, что дилер нигде не купит этот товар дешевле, чем у официального дистрибьютора (в отличие, скажем, от бытовой техники, которую зачастую ввозили из ОАЭ «в серую» сами же официальные дилеры).

Не оправдалось и предположение о том, что ущерб продажам наносит конъюнктурная позиция дилеров, уделяющих большее внимание более раскрученным маркам конкурентов. Как объяснили представители Дистрибьютора, дилерский договор не предусматривает эксклюзивных отношений с поставщиком, однако у всех дилеров на этом рынке есть своя специализация. И если вы торгуете маслом Mobil, вас знают именно как продавца Mobil, - это выгоднее для самого дилера (другие марки стоят на полке или на складе скорее для ассортимента).

Задание.

Вам посчастливилось стать российским дистрибьютором суперпродукта, который известен высочайшим качеством и на 15–20% дешевле продукции конкурентов. Через полтора года работы вы обнаруживаете: объемы ваших продаж в 2–3 раза ниже, чем у конкурентов.

Ваша задача заключается в том, чтобы определить наиболее вероятную причину отставания продукта Дистрибьютора от конкурентов и предложить план действий, направленных на увеличение доли рынка.

ТЕМА: «ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ».

Предыстория. В 1945 г. кондитер Ирвин Роббинс открыл в США свое первое кафе-мороженое. Взяв себе в компаньоны своего родственника Бертона Баскина, он продолжил развивать сеть подобных заведений. Уже в 1949 г. в их владении было шесть кафе. Число таких кафе продолжало увеличиваться в последующие годы, и в один прекрасный момент Роббинс и Баскин пришли к выводу, что они не в состоянии на должном уровне осуществлять управление созданным бизнесом. Тогда Баскин и Роббинс решили, что им следует воспользоваться франчайзингом для развития своей предпринимательской деятельности на приемлемых для них условиях и с использованием торговой марки Baskin&Robbins.

Современное состояние компании. Компания Baskin&Robbins за короткое время стала одним из крупнейших предприятий, изготовляющих мороженое и

кондитерские изделия. Она является настоящей империей сладостей, имеющей около 5000 различных кафе и магазинов, которые расположены более чем в 50 странах мира. На предприятиях компании изготавливается и предлагается потребителям более 7000 сортов мороженого, тортов и десертов.

Быстрое распространение на новые рынки компания Baskin&Robbins осуществила благодаря эффективному использованию франчайзинга. При реализации основных принципов франчайзинга она учитывала особенности каждой отдельной страны, что позволило компании проникать на самые различные географические рынки. Уже в 1993 г. она открывает свои первые кафе на территории бывшего СССР.

Компания Baskin&Robbins как франчайзер. Как типичный франчайзер компания Baskin&Robbins передает другому лицу или фирме-франчайзи целостную бизнес-систему и предоставляет определенную помощь в организации, создании и развитии бизнеса. Последнее, в частности, предполагает:

• содействие в анализе бизнес-проекта создания кафе (предприятия), включая анализ местных условий, предполагаемого месторасположения, необходимых объемов инвестиций, сроков окупаемости и т.д.;

• содействие в разработке проекта, составлении сметы;

• контроль в ходе строительства кафе;

• поставку основного стандартного оборудования, отделочных материалов и мебели для торгового зала, создающих имидж и неповторимый интерьер кафе;

• бесплатное начальное обучение менеджеров и декораторов тортов в создаваемом Центре по обучению, а для персонала непосредственно на месте будущего кафе;

• помощь в решении текущих вопросов в течение всего срока действия договора;

• регулярные поставки высококачественного мороженого – широкого ассортимента и сопутствующих материалов;

• маркетинговую поддержку торговой марки.

Анализ указанной помощи компании Baskin&Robbins и наиболее часто используемых бизнес-форматов показывает, что франчайзи наиболее жестко привязан к франчайзеру. Это определяется тем, что последний регулирует условия поставки практически готового продукта, а также необходимого оборудования.

Обычно компания Baskin&Robbins осуществляет всестороннюю поддержку своих франчайзи за рубежом. Однако в отдельных странах, например в России, компания отказалась от этой практики. Российским предпринимаем компания свое оборудование не продает в кредит и не предоставляет в лизинг. Максимальная льгота, на которую может рассчитывать местный франчайзи, – это оплата требуемой суммы частями в течение определенного периода.

Обязательства франчайзи. Фирма франчайзи берет на себя ряд обязательств, среди которых следует отметить следующие:

• франчайзи выплачивает франшизный взнос (+ НДС) за право использования торговой марки (обычно в течение пяти лет), величина этого взноса зависит от эксклюзивности прав на данной территории и численности населения;

• франчайзи уплачивает лицензионный взнос;

• ежемесячно расходует не менее 1 % от валового объема продаж на местную рекламу.

Помимо указанных обязательств, франчайзи следует:

• иметь желание создать собственное кафе-мороженое;

• приобрести или арендовать помещение для кафе с площадью торгового зала, желательно около 60-80 м^2. Месторасположение и наличие коммуникаций играет определяющую роль в выборе помещения для кафе;

• произвести ремонт помещения в соответствии с общепринятым дизайном компании Baskin&Robbins. Комплект стандартного оборудования, отделочных материалов и мебели для торгового зала приобретается франчайзи у компании Baskin&Robbins.

Как сладости продвигаются на рынок? Еще на стадии своего становления компания Baskin&Robbins разработала свой фирменный стиль. Узор в розовый и коричневый горошек на белом фоне символизирует шарики вишневого и шоколадного мороженого. Это характеризует сортовое разнообразие, чистоту продукта и радость, которую приносит потребление мороженого. При этом количество сортов, предлагаемых в любое время потребителям, составляет 31 – по одному на каждый день месяца. А основным слоганом компании стал девиз: «Мы продаем не мороженое, а самую настоящую радость».

Вопросы:

1. Какие, на ваш взгляд, основные причины успеха компании Baskin&Robbins на внешних рынках?
2. Почему компания Baskin&Robbins отдает предпочтение франчайзингу?
3. Почему компания Baskin&Robbins использует разные подходы к поддержке своих франчайзи в отдельных странах?
4. Что необходимо сделать компании Baskin&Robbins, чтобы и дальше эффективно развивать свою внешнеэкономическую деятельность?

ТЕМА: «ПОДГОТОВКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ СДЕЛКИ».

Перестройку главный технолог ГНПЦ «Звезда-Стрела» Виктор Банников встретил, как и все оборонщики, восторженно. Оборонной промышленности разрешили заниматься гражданской продукцией, и все свято верили, что, используя наши уникальные военные технологии и огромные производственные мощности, мы вскоре завалим Запад высокотехнологичной продукцией. Если и «завалили», то в лучшем случае титановыми лопатами.

Завод «Звезда-Стрела», делающий уникальные авиационные ракеты, наладил производство гладильных машин «Калинка». Когда это «чудо» в начале перестройки демонстрировали иностранцам, приезжавшим на завод в поисках российских высоких технологий, один заокеанский гость сказал: «Я хорошо представляю жизнь стандартного американца. Не могу припомнить, чтобы в ней встречалась гладильная машина. Мы давно используем немнущиеся ткани». Швед был менее дипломатичным: «Я подобную штуку купил лет сорок назад. Это самое бесполезное приобретение за всю мою жизнь». До сих пор несколько корпусов завода завалено «Калинками».

«Эта история послужила нам первым уроком, - рассказывает Виктор Банников. - Сначала изучи потребности рынка, а потом производи товар».

Военное производство сворачивалось на глазах, и 7 инженеров-технологов решили создать свое малое предприятие. В этом им помог гендиректор «Звезды-Стрелы» Сергей Яковлев. Название «Метал-Парк» говорило само за себя: производить собирались то, что умели делать лучше всего, - изделия из металла, причем любые, но с единственным условием – конечная продукция должна экспортироваться.

«Первый наш иностранный партнер, швед, был таким же дилетантом. Правда, поняли мы это гораздо позже, - вспоминает Виктор Банников, бессменный президент «Метал-Парка». - Как и многие иностранцы, приехавшие сюда без цента в кармане, он надеялся сделать бизнес на российской дешевизне».

Раз в квартал швед прилетал с сумкой, набитой железками, и выкладывал их на стол: «Вот это сможете сделать?» «Для нас это смешно, мы тут ракеты делали!» - бодро отвечали оружейники. «Метал-Парк» разрабатывал технологию, штамповочную оснастку и размещал заказ на «Стреле» или на других оборонных заводах. А конечный продукт экспортировался в Швецию. Делали все - от стальных закладных деталей для бетонных изделий до латунных карабинчиков.

По убеждению шведского коммерсанта, вся дешевая продукция производится в Юго-Восточной Азии, но оттуда ее далеко везти. И если россияне смогут сделать то же самое на полкопейки дешевле, покупать будет выгоднее в России. «Мы спорили, показывали расчеты себестоимости, накладные расходы, - вспоминает Банников. - Ругань стояла неимоверная. Наш партнер переходил с английского на шведский и кричал, что мы в бизнесе ничего не понимаем. Мы в ответ кричали по-русски, что он приехал в Россию, чтобы на нас нажиться. Это было семь лет назад. Мы научились понимать, что наши проблемы их не волнуют».

Копеечный бизнес потихоньку умирал. После анализа ситуации было решено сосредоточиться только на самой сильной стороне фирмы, сформулировав второе правило – заниматься только высокотехнологичным производством. И компания остановила свой выбор на выпуске изделий из титана. Недоступный для производства гражданских товаров в период холодной войны, легкий и прочный «ракетный» металл как раз в это время стремительно входил в моду.

Надо сказать, что обработка титана сильно отличается от обработки более распространенных металлов. Требующий специальных твердосплавных режущих инструментов и абразивных материалов, он к тому же льется и сваривается только в полном вакууме. Зато у этого материала много преимуществ.

К началу 90-х годов в России были самые большие в мире запасы титанового сырья, дефицита не предвиделось. В стране осуществлялся полный цикл переработки - от добычи и получения титановой губки до высокоточного титанового литья и последующей обработки. У нас были обученные кадры. «Метал- Парку» оставалось лишь найти продукт, с которым можно было выйти на рынок.

Компания попыталась было, делать титановые эндопротезы для итальянцев. Но те потребовали произвести полную сертификацию производства – от получения металла до выпуска конечной продукции. Это стоило огромных денег, которых у «Метал-Парка» не было.

Позже поступило предложение делать титановый такелаж для яхт. Легкий, прочный и очень дорогой, он давал существенные преимущества тем яхтсменам, которые могли позволить себе такую покупку. Но как только новое производство пошло в гору, американская ассоциация яхтсменов запретила использовать титановый такелаж в профессиональных соревнованиях, чтобы уравнять шансы спортсменов. Перспективный бизнес был убит.

Новую идею бывшим ракетчикам подкинул южнокорейский бизнесмен. Он впервые привез «Метал-Парку» клюшки для гольфа, стальную и деревянную, - и заказал титановую. Заодно бизнесмен рассказал, что гольф чрезвычайно популярен на Западе, число игроков растет стремительно, а мировой объем продаж клюшек в 1992 г. составил 1,5 млрд. долл. В этой индустрии постоянно идет поиск новых материалов. Как раз в тот момент начинали пробовать титан. Прочный, красивый, а главное - престижный. Все-таки ракетные технологии, космос...

Первый образец российские инженеры просто выфрезеровали из куска титана. Кореец остался доволен и дал «Метал-Парку» первый пробный заказ. «Сегодня смешно вспоминать те дилетантские клюшки шестилетней давности, - улыбается Виктор Банников. - Мы совершенно не знали требований гольф-индустрии к дизайну, к обработке. Мы сделали титановую колотушку. Но кореец их покупал и уже дома доводил до кондиции. Но на этих маленьких заказах ракетчики научились делать настоящие клюшки, стали, по их словам, «потихоньку понимать продукт». Но самое главное, они оценили реальный размах индустрии. И хотя южнокорейский покупатель почти не давал партнерам информацию о рынке, «Метал-Парк» почувствовал, что этим бизнесом стоит заняться по-настоящему. Ведь первая партия была всего в пятьсот штук, а через два года клюшки отгружали уже тысячами.

В 1993 г. российские инженеры случайно увидели в «Известиях» объявление «Мюнхен, международная выставка «Гольф' 93» и решили показать свой товар за границей сами, без навязчивого корейца.

Первой попробовать вести бизнес с русскими решилась американская корпорация Golfsmith. А уже через год титановые головки от «Метал-Парка» украсили обложку годового каталога ведущего поставщика товаров для гольфа. Шефство над русскими взял вице-президент Golfsmith Том Уиншоу.

«За два года общения с американцами мы поняли, как надо жить в международной индустрии. Для этого недостаточно знать английский язык и каноны ведения бизнеса. Надо понимать, что от тебя хотят, почему у тебя возникают проблемы и что надо сделать, чтобы эти проблемы больше не возникали», - вспоминает вице-президент «Метал-Парка» Владимир Максимов.

Поскольку гольф в Америке крайне популярен, о русских клюшках стали много писать. Сначала просто как об экзотическом явлении, но с ростом поставок тон стал уважительным.

Клюшки действительно оказались уникальными. Но отнюдь не благодаря использованию российских военных технологий. Начав серьезное производство, «Метал-Парк» столкнулся с тем, что хваленое оборудование оборонных предприятий оказалось вовсе не приспособленным для производства каких-то клюшек. Титановая литейная технология была абсолютно неэкономичной. Чтобы рационально загрузить арендованную литьевую печь, требовалось делать одновременно огромное количество заготовок. К тому же на авиационных заводах минимальная толщина стенки титановой отливки составляла 2 мм, а «Метал-Парку» требовалось вдвое меньше. Пришлось вместе с инженерами заводов, выполнявших заказ, разрабатывать специальные технологии производства.

Так маленькие клюшки для гольфа не только спасали от простоя оборонные заводы, но и повышали их технологический уровень. И сейчас, например, все титановое производство «Рыбинских моторов» загружено литьем заготовок клюшек для «Метал-Парка».

Компания взяла в аренду, а затем выкупила обрабатывающие станки, простаивающие из-за отсутствия военных заказов. Но снова возникла проблема – инструмент не позволял обрабатывать металл по мировым стандартам. И «Метал-Парк» начал отказываться от отечественных военных технологий в пользу гражданских, более современных. Постепенно было закуплено американское ленточное шлифовальное оборудование, абразивный инструмент 3М. По специальному заказу в Америке были изготовлены первые в мире станки для нанесения надписей на титан. И сейчас «Метал-Парку» принадлежит наисовременнейшее предприятие с полным циклом производства.

Новейшая разработка компании - клюшка-паттер, середина которой сделана из легкого титана, а края - из сверхтяжелого вольфрама, гасящего осевые вибрации. Для ее изготовления «Метал-Парк» впервые в мире применил вакуумную диффузионную пайку вольфрама с титаном. «Это и есть тот самый высокотехнологичный продукт, за который нас ценят в мире», - говорит Владимир Максимов.

Так всего за шесть лет маленькая российская фирма стала одним из мировых производителей профессиональных головок для гольфовых клюшек класса High-end. Именно в этой сверхвысокотехнологичной нише «Метал-Парк» намерен оставаться дальше.

«С нашими налогами, климатическими условиями и уровнем зарплаты Россия никогда не сможет конкурировать с Юго-Восточной Азией по производству ширпотреба. Мы всегда будем проигрывать им те самые полкопейки, - говорит Виктор Банников. - А высокотехнологичный продукт в мире могут делать единицы, и прибыль там соответствующая».

Новые материалы в гольфе живут лет пять, а бурный рост продаж нового продукта приходится на первые год-полтора. Чтобы поддерживать спрос, индустрия должна постоянно предлагать игрокам что-то новое, а значит, пора начинать поиск замены титану. «Метал-Парк» уже больше года работает над новыми сверхлегкими высокопрочными материалами. Возможно, альтернативой титану станут композиты или авиационные алюминиевые сплавы, которые в свое время активно применялись в космической промышленности. Новый материал

позволит сделать новый дизайн, на который «западут» игроки, и удержать рынок в своих руках.

Нынешним летом в российском центре ракетно-космической промышленности - городе Королеве прошла небольшая выставка изделий местных промышленных предприятий. Маленькая российская фирма «Метал-Парк» демонстрировала набор титановых клюшек для гольфа. Народ недоуменно рассматривал диковинку, одна дама даже поинтересовалась: «Ей что, ковры выбивают?» В Америке за такие «выбивалки» выкладывают не по одной сотне долларов, а делают клюшки такого класса всего несколько компаний в мире. И одна из них находится в Подмосковье.

Для западных корреспондентов, привыкших к тому, что из России экспортируется в основном сырье, появление нашего товара на рынке, чрезвычайно требовательном к качеству, дизайну и имиджу, в свое время стало сенсацией. Тем более что производство экипировки для гольфа – это серьезный бизнес с оборотом в несколько миллиардов долларов в год. Во всем мире насчитывается 75 млн. человек, увлекающихся гольфом, а это в два раза больше, чем любителей тенниса. И ряды игроков в гольф стремительно пополняются. Рынок гольф-индустрии вполне сопоставим по емкости с рынком авиационных ракет. Несколько инженеров-технологов из Подмосковья поняли это пять лет назад. Теперь клюшками их фирмы играет сам президент США.

Задание.

1. Составьте для фирмы «Метал-Парк» типовой вариант экспортного контракта на продажу в США клюшек для гольфа (особое внимание обратите на такие его статьи, как цена, качество, условия платежа, транспортные условия и др.).

3.5 Тестовые задания

По дисциплине «Управление внешнеэкономической деятельностью» предусмотрено проведение следующих видов тестирования: письменное.

Письменное тестирование.

Письменное тестирование проводится после изучения определенного раздела дисциплины.

Цель тестирования по дисциплине – оценить степень восприятия учебного материала и проводится для оценки результатов изучения разделов/тем дисциплины.

Результаты тестирования учитываются при проведении рубежного контроля.

Объем банка тестовых заданий 78 заданий.

ТЕМА: «ОСОБЕННОСТИ ОТДЕЛЬНЫХ РЕЖИМОВ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВЭД».

1. Свободная экономическая зона - это

- часть территории государства, где действует специальный правовой режим для предпринимательства

- часть территории государства, где действуют повышенные ставки налогов

- территория, где продаются продукты, нелегально ввезенные в страну
- территория, где не действуют экономические законы

2. Существует _____ вида свободных экономических зон.

3. Виды свободных экономических зон:
- портовая
- автомобильная
- логистическая
- железнодорожная

4. На территории РФ функционируют свободные экономические зоны в
- Московской области
- Ленинградской области
- Магаданской области
- Калужской области
- Ростовской области
- Калининградской области

5. Приграничная торговля осуществляется
- на расстоянии не более 1 км от границы соседних государств
- на границе соседних областей
- на любой границе
- в приграничных районах соседних государств

6. Юридической основой приграничной торговли является
- хорошие взаимоотношения сопредельных государств
- международный договор
- договор о ненападении
- договор о научно-техническом сотрудничестве
- наличие дипломатических отношений

7. Магазины беспошлинной торговли расположены
- в аэропортах
- в крупных городах
- в портах
- в крупных торговых центрах
- на вокзалах

8. Товары в Duty free shop дешевле, поскольку они
- облагаются дополнительными пошлинами
- облагаются по повышенной ставке НДС
- не облагаются акцизами и/или пошлинами
- не облагаются НДС
- низкого качества

9. Типичный ассортимент магазина беспошлинной торговли – это
- алкоголь
- автомобили
- валюта
- сигареты
- парфюмерия
- бытовая техника
- посуда
- продукты питания
- мебель

ТЕМА: «ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ».

1. Лицо, обладающее патентом и предоставляющее право на его использование на определенный срок за определенное вознаграждение, - _____

2. Наибольший вес в экспорте лицензий приходится на это государство
- Великобритания
- Япония
- Корея
- США

3. Основная часть лизинговых соглашений в настоящее время сосредоточена в этом «треугольнике»
- США – Россия – Япония
- Южная Америка – Европа – Азия
- США – Восточная Европа – Корея
- США – Западная Европа – Япония

4. Историческая родина возникновения лизинга
- Япония
- Германия
- США
- Россия

5. Договор, по которому одна сторона передает другой денежные средства в счет денежного требования клиента к третьему лицу
- договор лизинга
- договор франчайзинга
- договор факторинга
- договор по бартеру
- договор по встречной торговле

6. Установите правильную последовательность элементов схемы по заключению факторинговой сделки

1 запрос лимита
2 обеспечение рисков
3 поставка фактуры
4 рассылка фактуры
5 финансирование
6 оплата

7. Как называются сделки по факторингу в РФ согласно Гражданскому кодексу _____

8. Имеются ли различия между сделками по факторингу и сделками по финансированию под уступку денежного требования

- да
- нет

9. Фирма (фактор) которая несет кредитные риски при выполнении посреднических функции при осуществлении расчета**.** О какой форме факторинга идет речь?

- оборотный
- безоборотный
- нераскрытый
- раскрытый

10. Международно-правовое регулирование факторинговых операций осуществляется следующей нормативной базой

- Венская конвенция 1980 г.
- Конвенция УНИДРУА
- международное толкование коммерческих терминов
- комиссия ЕЭК ООН

11. Сопоставьте элементы договора коммерческой концессии с характерными особенностями

L_1 предмет договора
R_1 действия правообладателя по предоставлению пользователю за вознаграждение права использовать комплекс исключительных прав
L_2 обязательный объект договора
R_2 комплекс прав, закрепленных за правообладателем
L_3 факультативный объект договора
R_3 товарный знак, знак обслуживания, права патентообладателя

12. Классификация лизинга по целевому назначению

- сублизинг

- действительный лизинг
- краткосрочный лизинг
- чистый лизинг
- фиктивный лизинг

13. Сопоставьте виды лизинга их описанию

L_1 сублизинг

R_1 большая доля по стоимости сдаваемого в лизинг актива берется в аренду у инвестора (третьей стороны)

L_2 возвратный лизинг

R_2 арендатор может передать основные средства в собственность лизингодателю с последующей их арендой

L_3 классический

R_3 трехсторонняя лизинговая операция, действующая по схеме6 поставщик – лизингодатель - арендатор

14. Согласно классификационному признаку по намерению участников различают срочный и _____ лизинг.

ТЕМА: «СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВЭД В РОССИИ».

1. Основой государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в РФ является этот законодательный акт _____

2. Правовое регулирование международных сделок представляет собой
- совокупность ном международного законодательства
- совокупность норм национального законодательства
- совокупность международно- и национально-правовых норм
- коллизию правовой системы

3. В соответствии с федеральным законодательством России, к основным принципам государственного регулирования ВЭД следует отнести
- равенство участников ВЭД
- дискриминация участников ВЭД
- взаимность в отношении других государств
- раздробленность таможенной территории
- гласность в принятии и применении мер

4. Имеет ли Правительство РФ право ограничить импорт сельскохозяйственной продукции
- нет
- да

5. Выберите правильное определение понятия «аннигиляция»

- процесс образования правовых мутаций в результате поглощения новых элементов традиционной средой

- новые юридические мутации в результате преобладания нововведений в правовой системе

- наличие квазиюридических феноменов в результате импорта элементов других правовых систем

- наличие квазиюридических феноменов в результате преобладания традиционных элементов в правовой системе

6. Что является основой гармонизации законодательства в РФ

- Конституция
- Гражданский кодекс
- Таможенный кодекс
- Налоговый кодекс

ТЕМА: «ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РАМКАХ ОТДЕЛЬНЫХ ТАМОЖЕННЫХ ПРОЦЕДУР».

1. Установите порядок осуществления таможенных процедур при экспорте-импорте груза

D1: Подготовка документов организации
D2: Подготовка документов на груз
D3: Сбор информации о транспортном средстве
D4: Декларирование груза
D5: Оплата таможенных платежей
D6: Предъявление груза таможне
D7: Прохождение таможенного оформления
D8: Оформление транспортных документов и отправка груза

2. Вывоз товаров и (или) транспортных средств с таможенной территории Таможенного союза предусматривает:

- подача таможенной декларации;
- фактическое пересечение товарами и (или) транспортными средствами таможенной границы

3. Ввоз товаров и (или) транспортных средств на таможенную территорию Таможенного союза:

- подача таможенной декларации;
- фактическое пересечение товарами и (или) транспортными средствами таможенной границы
- поступление товара в продажу

4. Свободное обращение:

- оборот товаров на таможенной территории ТС без запретов и ограничений, предусмотренных таможенным законодательством Российской Федерации
- поступление товаров в продажу

- свободный обмен товара (один на другой)

5. Декларирование груза:
- обязательная процедура
- не обязательная процедура
- по желанию

6. Декларант:
- владелец товара
- таможенный брокер
- лицо, которое декларирует товары либо от имени которого декларируются товары

7. Следует ли при перемещении товаров и транспортных средств (контрактодержатель, отправитель, получатель грузов) встать на учет в таможенном органе
- да
- нет
- желательно, но не обязательно

8. Какие таможенные процедуры не предусматривают уплату пошлин:
- уничтожение
- реэкспорт
- реимпорт
- уничтожение
- отказ в пользу государства
- выпуск товара для внутреннего потребления

9. Из каких стран товары ввозятся в РФ беспошлинно:
- стран СНГ
- стран Дальнего зарубежья
- наименее развитых стран
- развивающихся стран
- стран Таможенного союза

10. Какие таможенные процедуры предполагают уплату пошлины:
- вывоз товаров для представительств РФ за рубежом
- экспорт, выпуск товаров для внутреннего потребления
- транзит

3.6 Рубежный контроль

Рубежные контроли проводятся с целью закрепления знаний, полученных в каждом из уже изученных разделов курса, и выявления пробелов в информированности бакалавров по тем или иным пройденным вопросам дисциплины.

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Сущность и виды ВЭД.
2. Особенности внешнеторговой деятельности.
3. Международное инвестиционное сотрудничество.
4. Международная производственная кооперация.
5. Гармонизация российского законодательства в сфере ВЭД
6. Участники внешнеэкономической деятельности.
7. Состав участников ВЭД.
8. Классификация субъектов ВЭД.
9. Посредники и их роль в осуществлении ВЭД.
10. Виды внешнеторговых операций.
11. Сделки купли-продажи.
12. Понятие и виды международной встречной торговли.
13. Понятие и виды торгово-посреднических операций.
15. Механизм государственного регулирования ВЭД в России.
16. Инструменты правового регулирования ВЭД в России
17. Полномочия Правительства РФ во внешнеэкономической сфере.
18. Внешнеторговая политика
19. Фритредерство
20. Протекционизм
21. Нетарифные ограничения во внешней торговле
22. Внешнеторговые меры
23. Административные меры
24. Косвенные меры
25. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности.
26. Сущность и задачи транспортной логистики.
27. Характеристика и обоснование выбора различных видов транспорта во внешнеэкономической деятельности.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Свободная экономическая зона.
2. Приграничная торговля.
3. Duty free.
4. Специфика деятельности внутренних посредников.
5. Специфика деятельности зарубежных посредников в области ВЭД.
6. Классификация методов торговли.
7. Преимущества и недостатки прямого метода торговли.
8. Преимущества и недостатки косвенного метода торговли.
9. Особенности международной торговли лицензиями.
10. Основные условия международных договоров о предоставлении инженерно-технических услуг.
11. Сущность международных арендных операций.
12. Основные условия договора франчайзинга.
13. Особенности операций по международному факторингу.

14. Концепция развития ВЭД в России.
15. Направления совершенствования механизма госрегулирования ВЭД в соответствии с законом «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности».
16. Гармонизация российского законодательства в сфере ВЭД.
17. Экспортные пошлины, их виды, функции и особенности применения.
18. Импортные пошлины: функции, тарифный контингент, размеры, критерии дифференциации.
19. Таможенная стоимость товара.
20. Сущность таможенных процедур.
21. Нормативно-правовая база таможенных процедур.
22. Сущность, состав и функции таможенно-тарифного регулирования ВЭД.
23. Таможенные тарифы и их виды.
24. Таможенные пошлины, их виды и функции.

Вопросы рубежного контроля № 2

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Организация транспортной системы.
2. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности.
3. Управление материальным потоком на стадии транспортировки.
4. Транспортные тарифы.
5. Создание и функционирование совместных предприятий.
6. Сущность, цели и этапы развития совместных предприятий.
7. Формы совместных предприятий.
8. Международные коммерческие термины
9. Организация внешнеторгового предприятия.
10. Выбор метода присутствия на внешнем рынке.
11. Организационные мероприятия по выходу на внешний рынок.
12. Формирование спроса на внешних рынках
13. Поведение покупателей на товарных рынках
14. Международно-правовые проблемы обеспечения исполнения международных договоров
15. Проблемы обеспечения исполнения международных коммерческих контрактов.
16. Вопросы ответственности в праве договоров.
17. Абсолютная недействительность международных договоров.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Подготовка товара к отгрузке.
2. Упаковка внешнеторговых грузов.
3. Правила международной маркировки грузов.
4. Транспортная товаросопроводительная документация.
5. Страхование грузов.
6. Переход рисков при транспортировке товаров.
7. Значение и особенности ценовой политики.

8. Основные этапы ценообразования.
9. Сложности выхода на внешний рынок.
10. Экономические и политические особенности внешнеэкономической деятельности.
11. Социокультурные особенности внешнеэкономической деятельности.
12. Особенности коммуникационной политики внешнеторговой фирмы.
13. Понятие внешнеэкономической сделки.
14. Классификация сделок.
15. Контрагенты и их характеристика.
16. Структура и содержание международного контракта.
17. Общие и специфические условия международного контракта.
18. Особенности подписания международного контракта.
19. Особенности подготовки внешнеэкономической сделки.
20. Этапы подготовки внешнеэкономической сделки.
21. Выбор метода осуществления внешнеэкономической сделки.
22. Подготовка контракта.
23. Заключение контракта.
24. Исполнение контракта.

3.7 Промежуточная аттестация

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Цель проведения промежуточной аттестации – оценка знаний, умений и навыков обучающихся, приобретенных в процессе изучения дисциплины «Управление внешнеэкономической деятельностью», а также уровня сформированности компетенций при освоении дисциплины.

Тематика вопросов, выносимых на экзамен

1. Сущность и виды ВЭД.
2. Особенности внешнеторговой деятельности.
3. Международное инвестиционное сотрудничество.
4. Международная производственная кооперация.
5. Состав участников ВЭД.
6. Классификация субъектов ВЭД.
7. Посредники и их роль в осуществлении ВЭД.
8. Сделки купли-продажи.
9. Понятие и виды международной встречной торговли.
10. Понятие и виды торгово-посреднических операций.
11. Инструменты правового регулирования ВЭД в России
12. Полномочия Правительства РФ во внешнеэкономической сфере.
13. Сущность, состав и функции таможенно-тарифного регулирования ВЭД.
14. Таможенные тарифы и их виды.
15. Таможенные пошлины, их виды и функции.
16. Свободная экономическая зона.
17. Приграничная торговля.
18. Duty free.

19. Специфика деятельности внутренних посредников.
20. Специфика деятельности зарубежных посредников в области ВЭД.
21. Классификация методов торговли.
22. Преимущества и недостатки прямого метода торговли.
23. Преимущества и недостатки косвенного метода торговли.
24. Особенности международной торговли лицензиями.
25. Основные условия международных договоров о предоставлении инженерно-технических услуг.
26. Сущность международных арендных операций.
27. Основные условия договора франчайзинга.
28. Особенности операций по международному факторингу.
29. Концепция развития ВЭД в России.
30. Направления совершенствования механизма госрегулирования ВЭД в соответствии с законом «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности».
31. Гармонизация российского законодательства в сфере ВЭД.
32. Экспортные пошлины, их виды, функции и особенности применения.
33. Импортные пошлины: функции, тарифный контингент, размеры, критерии дифференциации.
34. Таможенная стоимость товара.
35. Сущность таможенных процедур.
36. Нормативно-правовая база таможенных процедур.
37. Сущность и задачи транспортной логистики.
38. Характеристика и обоснование выбора различных видов транспорта во внешнеэкономической деятельности.
39. Организация транспортной системы.
40. Управление материальным потоком на стадии транспортировки.
41. Транспортные тарифы.
42. Выбор метода присутствия на внешнем рынке.
43. Организационные мероприятия по выходу на внешний рынок.
44. Проведение маркетинговых мероприятий.
45. Предконтрактная работа.
46. Понятие внешнеэкономической сделки.
47. Классификация сделок.
48. Контрагенты и их характеристика.
49. Проблемы обеспечения исполнения международных коммерческих контрактов.
50. Вопросы ответственности в праве договоров.
51. Абсолютная недействительность международных договоров.
52. Подготовка товара к отгрузке.
53. Упаковка внешнеторговых грузов.
54. Правила международной маркировки грузов.
55. Транспортная товаросопроводительная документация.
56. Страхование грузов.
57. Переход рисков при транспортировке товаров.
58. Значение и особенности ценовой политики.

59. Основные этапы ценообразования.
60. Сложности выхода на внешний рынок.
61. Экономические и политические особенности внешнеэкономической деятельности.
62. Социокультурные особенности внешнеэкономической деятельности.
63. Особенности коммуникационной политики внешнеторговой фирмы.
64. Структура и содержание международного контракта.
65. Общие и специфические условия международного контракта.
66. Особенности подписания международного контракта.
67. Особенности подготовки внешнеэкономической сделки.
68. Этапы подготовки внешнеэкономической сделки.
69. Выбор метода осуществления внешнеэкономической сделки.
70. Подготовка контракта.
71. Заключение контракта.
72. Исполнение контракта.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова»

Кафедра «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1
По дисциплине – Управление внешнеэкономической деятельностью

1. Сущность и виды ВЭД.
2. Инструменты правового регулирования ВЭД в России
3. Задача

31.08.2022 г.

Зав. кафедрой проектного менеджмента и внешнеэкономической деятельности
д.э.н., профессор /Воротников И.Л./

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Контроль результатов обучения обучающихся, этапов и уровня

формирования компетенций по дисциплине «Управление внешнеэкономической деятельностью» осуществляется через проведение входного, текущего, рубежных, выходного контролей и контроля самостоятельной работы.

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля и контрольные задания для текущего контроля разрабатываются кафедрой исходя из специфики дисциплины, и утверждаются на заседании кафедры.

4.2 Критерии оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Описание шкалы оценивания достижения компетенций по дисциплине приведено в таблице 6.

Таблица 6

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
высокий	«отлично»	«зачтено»	«зачтено (отлично)»	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании материала
базовый	«хорошо»	«зачтено»	«зачтено (хорошо)»	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
пороговый	«удовлетворительно»	«зачтено»	«зачтено (удовлетворительно)»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
–	«неудов-летвори-	«не зачтено»	«не зачтено (неудовлет-	Обучающийся обнаружил пробелы в знаниях основного учебного материала,

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
	тельно»		ворительно)»	допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий, не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательной организации без дополнительных занятий

* - форма промежуточной аттестации в семестре определяется в соответствии с таблицей 2 рабочей программы дисциплины (модуля)

4.2.1. Критерии оценки устного ответа при текущем контроле и промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует:

знания: понятийный аппарат внешнеэкономической деятельности; состав и классификацию участников внешнеэкономической деятельности; российское законодательство в сфере внешнеэкономической деятельности; особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок; принципы развития и закономерности функционирования организации; виды внешнеторговых операций и их преимущества; основы таможенно-тарифного регулирования;

умения: ориентироваться в системе национального и наднационального регулирования внешнеэкономической деятельности; заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия;

владение навыками: методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами сбора информации и оценки результатов коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере.

Критерии оценки

отлично	обучающийся демонстрирует: - знание понятийного аппарата внешнеэкономической деятельности, состав участников внешнеэкономической

	деятельности, виды внешнеторговых операций и их преимущества, основные положения российского законодательства в сфере внешнеэкономической деятельности, особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок, практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; - умение ориентироваться в системе национального и наднационального регулирования внешнеэкономической деятельности; заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, используя современные методы и показатели такой оценки; - успешное и системное владение методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами сбора информации и оценки результатов коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере.
хорошо	обучающийся демонстрирует: – знание материала, не допускает существенных неточностей; - в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение ориентироваться в системе национального и наднационального регулирования внешнеэкономической деятельности; заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, используя современные методы и показатели такой оценки; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки результатов коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: – знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала;

	- в целом успешное, но не системное умение ориентироваться в системе национального и наднационального регулирования внешнеэкономической деятельности; заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, используя современные методы и показатели оценки (методы формирования коммерческих предложений, метод прогнозирования, метод выбора базисного условия поставки, показатели экономической эффективности внешнеторговых операций, методы оценки эффективности транспортной логистики, метод наименьших затрат, методы установления контрактных цен); - в целом успешное, но не системное владение методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки результатов коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере
неудовлетворительно	обучающийся: - не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (понятийного аппарата внешнеэкономической деятельности, состав участников внешнеэкономической деятельности, виды внешнеторговых операций и их преимущества, основные положения российского законодательства в сфере внешнеэкономической деятельности, особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки; - не умеет ориентироваться в системе национального и наднационального регулирования внешнеэкономической деятельности; заключать международные контракты; вести деловые переговоры при заключении внешнеэкономической сделки; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать социально-экономические показатели состояния мировых рынков; выбирать оптимальные способы присутствия на внешних рынках; исследовать динамику конъюнктуры товарных рынков; определять эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено; - обучающийся не владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки; методами оценки результатов коммерческой деятельности предприятия во

	внешнеэкономической сфере

4.2.2. Критерии оценки входного контроля

Оценка «5» - отлично – если обучающийся раскрыл основные положения вопроса, обосновал свой ответ, привел примеры.

Оценка «4» - хорошо - неполно, но правильно изложен ответ на задание, при изложении допущены несущественные ошибки.

Оценка «3» - удовлетворительно – если обучающийся изложил задание недостаточно последовательно и не раскрыл ответ целиком

Оценка «2» - неудовлетворительно – задание не выполнено или выполненное задание не удовлетворяет требованиям, установленным преподавателем.

4.2.3. Критерии оценки доклада

При выступлении с докладом обучающийся демонстрирует:

знания: основных понятий проблемы доклада, требований к объему

умения: систематизировать и структурировать материал; делать обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу, делать и аргументировать основные выводы

владение навыками: анализа различных источников информации по данной проблематике, систематизации и структурирования материала доклада

Доклад оценивается преподавателем дисциплины в соответствии с приведенными ниже критериями и показателями (таблица).

Критерии оценки докладов № п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
1.	Качество доклада: - производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; - четко выстроен; - рассказывается, но не объясняется суть работы; - зачитывается.	 3 2 1 0
2.	Использование демонстрационного материала: - автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался; - использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности; - представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно.	 2 1 0
3.	Качество ответов на вопросы: - отвечает на вопросы; - не может ответить на большинство вопросов; - не может четко ответить на вопросы.	 3 2 1
4.	Владение научным и специальным аппаратом: - показано владение специальным аппаратом; - использованы общенаучные и специальные термины; - показано владение базовым аппаратом.	3 2 1

5.	Четкость выводов: - полностью характеризуют работу; - нечетки; - имеются, но не доказаны.	 3 2 1
Итого максимальное количество баллов: 14		

Полученные баллы переводятся в оценку успеваемости следующим образом:

Оценка «5» – от 11 до 14 баллов

Оценка «4» – от 8 до 10 баллов

Оценка «3» – от 4 до 7 баллов

Оценка «2» – менее 4 баллов

4.2.4. Критерии оценки выполнения контрольных работ

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

знания: понятийный аппарат внешнеэкономической деятельности; состав и классификацию участников внешнеэкономической деятельности; российское законодательство в сфере внешнеэкономической деятельности; особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок; принципы развития и закономерности функционирования организации; виды внешнеторговых операций и их преимущества; основы таможенно-тарифного регулирования

умения: применять различные методы для выполнения задания контрольной работы

владение навыками: решать различными методами задания контрольной работы

Критерии оценки выполнения контрольных работ

отлично	обучающийся демонстрирует: – полные и правильные ответы на все вопросы, успешное решение задач с необходимыми пояснениями, корректная формулировка понятий и категорий
хорошо	обучающийся демонстрирует: – недостаточно полные и правильные ответы на все вопросы, несущественные ошибки в решении задач
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: - допущены ошибки в решении задач, неточные формулировки, отсутствуют ответы на 1-2 вопроса
неудовлетворительно	обучающийся: - задание не выполнил, совершил большое количество существенных ошибок

4.2.5. Критерии оценки выполнения кейс-заданий

При выполнении кейс-заданий обучающийся демонстрирует:

знания: понятийный аппарат внешнеэкономической деятельности; состав и классификацию участников внешнеэкономической деятельности; российское законодательство в сфере внешнеэкономической деятельности; особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок; принципы развития и закономерности функционирования организации; виды

внешнеторговых операций и их преимущества; основы таможенно-тарифного регулирования

умения: анализировать проблемную ситуацию – кейс, возникшую при конкретном положении дел

владение навыками: вырабатывать решение; работать с информационными источниками

Критерии оценки выполнения кейс-заданий

Отлично	обучающийся демонстрирует: - правильное решение кейса, подробная аргументация своего решение, хорошее знание теоретических аспектов решения кейса, со ссылками на нормативную или техническую документацию
Хорошо	обучающийся демонстрирует: - правильное решение кейса, достаточная аргументация своего решение, определённое знание теоретических аспектов решения кейса
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: - частично правильное решение кейса, недостаточная аргументация своего решение
неудовлетворительно	обучающийся: - неправильно решил кейс, отсутствуют необходимые знания теоретических аспектов решения кейса

4.2.6. Критерии оценки выполнения тестовых заданий

При выполнении тестовых заданий обучающийся демонстрирует:

знания: понятийный аппарат внешнеэкономической деятельности; состав и классификацию участников внешнеэкономической деятельности; российское законодательство в сфере внешнеэкономической деятельности; особенности ведения переговоров при заключении внешнеэкономических сделок; принципы развития и закономерности функционирования организации; виды внешнеторговых операций и их преимущества; основы таможенно-тарифного регулирования

Критерии оценки выполнения тестовых заданий

Отлично	обучающийся демонстрирует: - 85 % правильных ответов
Хорошо	обучающийся демонстрирует: - 60 % правильных ответов
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: - 50 % правильных ответов
неудовлетворительно	обучающийся: - Дал менее 45 % правильных ответов

Разработчик: доцент, Пшенцова А.И. _____ (подпись)