

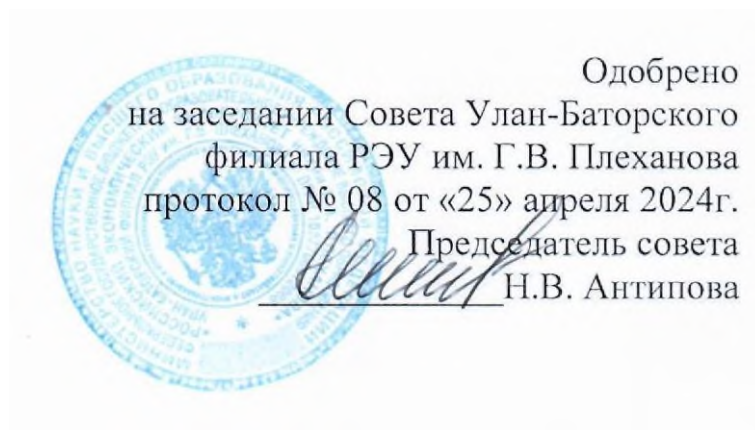
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Антипова Наталья Викторовна
Должность: и.о. директора филиала
Дата подписания: 14.11.2024 14:49:14
Уникальный программный ключ:
fae5412acb1bf810dc69e6bc004ac45622b84b3a

Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки/специальность
38.04.01 «Экономика»
направленность программы – «Международная торговля»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Улан-Баторский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 Мировые рынки товаров и услуг

Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»

Направленность (профиль) программы – «Международная торговля»

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2024 г.

Улан-Батор – 2024 г.

Рабочая программа одобрена на заседании междисциплинарной кафедры
10.04.2024 г. протокол № 9

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
Цель и задачи освоения дисциплины	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
Объем дисциплины и виды учебной работы.....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	14
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	Ошибка! Залка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ	14
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ	15
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	15
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	Ошибка! Залка не определена.
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	16
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	16
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	16
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	17

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Мировые рынки товаров и услуг» является: формирование у студентов практических навыков анализа и оценки состояния и тенденций развития мировых товарных рынков и рынков услуг, решения аналитических и исследовательских задач с использованием современных ИКТ.

Задачи дисциплины

1. Ознакомление студентов с основными теоретическими подходами к изучению мировых рынков товаров и услуг, понятия конъюнктура и современных методов ее исследования в том числе с использованием ИКТ.
2. Оценка состояния и тенденций развития мировых сырьевых и товарных рынков.
3. Изучение особенностей формирования цен на ведущих мировых товарных рынках;
4. Изучение и анализ факторов влияния и показателей, характеризующих состояние мирового рынка, классификации товарных рынков развитие, особенности изучения основных товарных рынков (рынка сырьевых товаров, машин и оборудования, продовольствия и потребительских товаров);
5. Выявление особенностей изучения мировых рынков услуг;
6. Обучение студентов последовательности действий при оценке (анализе) текущей рыночной ситуации на рынках товаров и услуг, составлению прогнозов в соответствии с происходящими в мировой экономике и международной торговле изменениями.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мировые рынки товаров и услуг», относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений.*

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная*	заочная*
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ		
Объем дисциплины в акад. часах	144		
Промежуточная аттестация: форма	экзамен,	экзамен,	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	58	50	-

1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	54	46	-
• лекции	24	20	-
• практические занятия	30	26	-
• лабораторные занятия	-	-	-
в том числе практическая подготовка		-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)**(заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов)	-	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт) (заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов)	2	-	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	2	-
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2	-
Самостоятельная работа (СР), всего:	86	62	-
в том числе:		-	
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк) (заполняется при наличии экзамена по дисциплине)	32	32	-
• самостоятельная работа в семестре (СРс)	54	30	-
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу (заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов)	-	-	-
• изучение ЭОР	14	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	20	-	-
• и другие виды (О, К, Т, Д.и, Гр. Пр. и др.).....	20	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК- 2 Способен проводить исследования в сфере мировой экономики и международных экономических отношений	ПК-2.2. Способен оценивать состояние и тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений	ПК-2, ПК-2.2. Знает – основные источники информации по тематике мировой торговли , мировых товарных рынков и рынков услуг

	<i>(мировых товарных рынков и рынков услуг)</i>	<i>ПК-2, ПК-2.2 Умеет проводить анализ информации по мировым рынкам товаров и услуг, делать выводы, готовить рекомендации в области исследования конъюнктуры мировых рынков</i>
<i>ПК -3. Способен анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках</i>	<i>ПК-3. 3. Способен использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач</i>	<i>ПК-3, ПК -3.3. Знает показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках Умеет использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач и подготовки конъюнктурного обзора</i>

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость*, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения** (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам))
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая	Самостоятельная работа	Всего					
Семестр 5												
1.	<p>Тема 1. <i>Понятие категорий мировой рынок и конъюнктура мирового рынка. Теоретические основы изучения товарных рынков.</i></p> <p>Предмет дисциплины. Теории экономической конъюнктуры. Мировые, региональные и национальные рынки, их особенности и взаимодействие. Основные подходы к определению понятий «экономическая конъюнктура», «конъюнктура рынка» на макроэкономическом уровне отдельных стран и регионов и в процессе развития мировых товарных рынков. Международный обмен товарами и услугами как среда формирования и развития конъюнктуры мировых товарных рынков. Два уровня исследования конъюнктуры: общехозяйственный и товарно-рыночный.</p>	4	4	-	-	8		ПК-2, ПК-2.2.	<p>ПК-2, ПК-2.2. <i>Знает – основные источники информации по тематике мировой торговли, мировых товарных рынков и рынков услуг</i></p> <p>ПК-2, ПК-2.2 <i>Умеет проводить анализ информации по мировым рынкам товаров и услуг, делать выводы, готовить рекомендации в области исследования конъюнктуры мировых рынков</i></p>	О,	Т	-

2.	<p>Тема 2. <i>Важнейшие факторы влияние на развитие мировых рынков товаров и услуг. Показатели, характеризующие состояние мировых рынков.</i></p> <p>Факторы, определяющие развитие мировой товарной конъюнктуры. Влияние спроса на экономическую динамику и конъюнктуру. Предложение товаров. Соотношение общехозяйственной и товарной конъюнктуры. Показатели состояния и динамики мировой общехозяйственной и товарной конъюнктуры. Специфика ценообразования на отдельных мировых товарных рынках. Мировая цена и цены, использующиеся в качестве мировых. Методическое обоснование расчета цен внешнеторговых контрактов.</p>	4	4	-	-	8		ПК-2.2.	<p>ПК-2, ПК-2.2. <i>Знает – основные источники информации по тематике мировой торговли , мировых товарных рынков и рынков услуг</i></p> <p>ПК-2, ПК-2.2 <i>Умеет проводить анализ информации по мировым рынкам товаров и услуг, делать выводы, готовить рекомендации в области исследования конъюнктуры мировых рынков</i></p>	О,.	К	Э.
3.	<p>Тема 3. <i>Циклические закономерности развития мировой экономики. Особенности анализа ценовых колебаний. Ценообразование и методы прогнозирования цен и хода развития мировых рынков.</i></p> <p>Конъюнктурообразующие факторы, связанные с циклическим развитием экономики. Теории экономических кризисов. Виды кризисов. Мировые структурные кризисы (энергетический, сырьевой, продовольственный, экологический). Основные требования к конъюнктурным исследованиям. Основные методы и принципы прогнозирования, классификация прогнозов</p>	2	2	-	-	6		ПК-2.2.	<p>ПК-2, ПК-2.2. <i>Знает – основные источники информации по тематике мировой торговли , мировых товарных рынков и рынков услуг</i></p> <p>ПК-2, ПК-2.2 <i>Умеет проводить анализ информации по мировым рынкам товаров и услуг, делать выводы, готовить рекомендации в области исследования конъюнктуры мировых рынков</i></p>	О	-	-

4.	<p>Тема 4. <i>Характеристики мировых рынков минерального сырья и топливно-энергетических ресурсов. Факторы влияния, особенности изучения конъюнктуры рынков.</i></p> <p>Основные факторы, определяющие конъюнктуру топливно-энергетических рынков. Специфика конкуренции на рынках минерального сырья и топливно-энергетических ресурсов. Обеспеченность основными видами топливно-энергетических ресурсов и неравномерность их размещения. Мировой топливно-энергетический баланс. Мировые рынки нефти, природного газа, каменного угля, возобновляемых источников энергии.</p>	4	4	-	-	6		ПК-2.2.	<p><i>ПК-2, ПК-2.2. Знает – основные источники информации по тематике мировой торговли , мировых товарных рынков и рынков услуг</i></p> <p><i>ПК-2, ПК-2.2 Умеет проводить анализ информации по мировым рынкам товаров и услуг, делать выводы, готовить рекомендации в области исследования конъюнктуры мировых рынков</i></p>	Гр.д.	Д.и., Т	-
----	--	---	---	---	---	---	--	---------	--	-------	------------	---

5.	<p>Тема 5. <i>Характеристики мировых рынков сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Факторы влияния, особенности изучения конъюнктуры рынков.</i></p> <p>Особенности международной торговли сельскохозяйственным сырьем и продовольственными товарами. Основные тенденции развития мирового рынка продовольствия и сельскохозяйственных товаров, его роль в обеспечении продовольственной безопасности. Основные элементы структуры рынка, его участников. Факторы, влияющие на его организацию и динамику развития. Специфику формирования мировых цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие. Изменения в товарной структуре и географии мировой торговли товарами этой группы. Роль ТНК и государственного регулирования в международной торговле сельскохозяйственными и продовольственными товарами.</p>	4	4	-	-	8		ПК-3. 3.	<p>ПК-3, ПК -3.3. <i>Знает показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках</i></p> <p><i>Умеет использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач и подготовки конъюнктурного обзора</i></p>	-	-	Э, Ин.п .
----	---	---	---	---	---	---	--	-------------	---	---	---	-----------------

6.	<p>Тема 6. <i>Характеристики мировых рынков машин и оборудования. Особенности ценообразования на рынках машин и оборудования. Факторы влияния, особенности изучения конъюнктуры рынков.</i></p> <p>Особенности международной торговли готовой продукцией. Основные тенденции развития мирового рынка готовых изделий. Основные элементы структуры рынка, его участников. Факторы, влияющие на его организацию и динамику развития.</p> <p>Современные тенденции развития машиностроения и их влияние на мировой рынок. Структура рынка машин и оборудования и особенности анализа конъюнктуры основных секторов рынка. Общее, электротехническое и электронное транспортное машиностроение. Приборостроение. Крупнейшие ТНК в машиностроительном комплексе.</p> <p>Изменения в товарной структуре и географии мировой торговли готовой продукцией.</p>	2	4	-	-	8		ПК-3. 3.	<p>ПК-3, ПК -3.3. <i>Знает показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках</i></p> <p><i>Умеет использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач и подготовки конъюнктурного обзора</i></p>	О	Д.и., К/р.	-
----	--	---	---	---	---	---	--	-------------	---	---	---------------	---

7.	Тема 7. <i>Характеристики мировых рынков готовых изделий. Факторы влияния, особенности изучения конъюнктуры рынков.</i> Основные понятия, характеристики и тенденции, связанные торговлей услугами и объектами интеллектуальной собственности; современные формы и методы взаимодействия стран, компаний, физических лиц, МЭОр в сфере торговли услугами и научно-технического сотрудничества. Изменения в структуре мировой торговли услугами и интеллектуальной собственностью	2	4	-	-	6		ПК-3. 3.	ПК-3, ПК -3.3. <i>Знает показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках</i> <i>Умеет использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач и подготовки конъюнктурного обзора</i>	О,	К	Ан.о
8.	Тема 8. <i>Мировой рынок услуг и особенности его изучения.</i> 4 способа поставок услуг. Мировой рынок услуг. Влияние цифровизации на рынок услуг. Структура мирового рынка услуг. Международные перевозки, международный туризм, прочие услуги. Влияние ковид на рынок услуг	2	4	-	-	6		ПК-3. 3.	ПК-3, ПК -3.3. <i>Знает показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках</i> <i>Умеет использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач и подготовки конъюнктурного обзора</i>	О,	-	Ан.о
	Итого	24	30	-	-	54						

* *Трудоемкость указывается в акад. часах (в соответствии с данными Таблицы 1).*

** *Результаты обучения (знания, умения) суммарно должны быть выбраны в полном объеме из Таблицы 2.*

*** *Подраздел добавляется на каждый семестр обучения, если дисциплина изучается в течение нескольких семестров*

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Контрольные работы (К/р)

Деловая (Д.и)

Кейс (К.)

Формы заданий для творческого рейтинга: (выбрать строго из представленного ниже перечня оценочных средств):

Групповой проект (Гр.п.)

Эссе//доклад (Э., Д.)

Аналитический обзор (Ан.о.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. *Кузнецова, Г. В.* Конъюнктура мировых товарных рынков : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09288-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:
. <https://urait.ru/book/konyunktura-mirovyh-tovarnyh-rynkov-475077>

Дополнительная литература:

1. *Клинов, В. Г.* Мировые товарные рынки и цены : учебник / В. Г. Клинов, Л. С. Ревенко, Т. И. Ружинская ; под ред. Л. С. Ревенко ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкономич. связей. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : МГИМО—Университет, 2018. — 664 с. — URL: <https://www.rosmedlib.ru/ru/book/ISBN9785922808088.html>
2. *Кузнецова, Г. В.* Международная торговля товарами и услугами : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова, Г. В. Подбиралина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 720 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13547-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/mezhdunarodnaya-torgovlya-tovarami-i-uslugami-468014>
3. Международная торговая политика : учебник для бакалавриата и магистратуры в 2-х ч. Часть 1. / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под редакцией Р. И. Хасбулатова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 452 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5805-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/mezhdunarodnaya-torgovaya-politika-v-2-ch-chast-1-473565>
4. Международная торговая политика : учебник для бакалавриата и магистратуры в 2-х ч. Часть 2. / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под редакцией Р. И. Хасбулатова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 452 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5805-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/mezhdunarodnaya-torgovaya-politika-v-2-ch-chast-2-473566>
5. Международная торговля : учебник для бакалавриата и магистратуры / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 405 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05486-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/mezhdunarodnaya-torgovlya-469070>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система Гарант.

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. Подбиралина Г.В., Мигалева Т.Е., Савина Н.П. Мировая экономика и международные экономические отношения (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>
2. Ачалова Л.В. Международная торговля (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>
3. Муртузалиева С.Ю. Международная конкурентоспособность стран (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>

4. Кузнецова Г.В. Торгово-экономическое сотрудничество стран мира (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>
5. Захарова Н.В., Захарова Е.В. Международные системы экономического регулирования (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>
6. Кузнецова Г.В., Кузьмина Т.И., Подбиралина Г.В. Экономическая дипломатия (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>
7. Герман Е.И., Мелконян В.А. Международные экономические организации (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. <http://www.iep.ru/ru/publikatcii/categories.html> - Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент
3. www.economy.gov.ru - Базы данных Министерства экономического развития и торговли России.
4. <http://www.wto.ru/> - база данных ВТО
5. <http://www.europa.eu.int/> - база данных ЕС
6. <http://www.fao.org/home/ru/> - официальный сайт Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО).
7. <https://www.oecd.org/> - официальный сайт ОЭСР.
8. <https://transparency.org.ru/research/> - Международное движение по противодействию коррупции «Transparency International».
9. <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm> - база данных Международной организации труда (МОТ).
10. <https://www.rea.ru/ru/org/managements/Pages/biblcenr.aspx> - Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина
11. <https://regstat.rea.ru/> - Ситуационный центр социально-экономического развития регионов Российской Федерации
12. https://www.mid.ru/foreign_policy/economic_diplomacy Министерство иностранных дел РФ

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. https://unctad.org/system/files/official-document/tdstat45_en.pdf - Handbook of Statistics 2020
2. https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_en.pdf - World Investment Report 2020
3. https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2020_en.pdf - Trade and Development Report 2020
4. https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf - Digital Economy Report 2019
5. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> - Деятельность ООН в направлении достижения Целей устойчивого развития.
6. <http://www.fao.org/3/cb4402en/cb4402en.pdf> - Каталог публикаций ФАО 2021
7. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/04/06/World-Economic-Outlook-April-2021-50308> - Бюллетень МВФ «Перспективы развития мировой экономики» 2021
8. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> - Цели устойчивого развития (ЦУР).
9. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm – ВТО: Международная торговля и тарифы
10. <https://fortune.com/global500/> - Рейтинг крупнейших компаний мира Fortune Global 500.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

№ п/п	Перечень информационных технологий, программного обеспечения,
1.	Отечественные операционные системы
2.	Пакет прикладных программ

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Мировые рынки товаров и услуг» обеспечена для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;
для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*);
- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации: компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет», мультимедийный проектор.
для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования;
- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по выполнению аналитических обзоров.
- Методические указания по подготовке и оформлению докладов.
- Методические указания по составлению и оформлению групповых проектов.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Мировые рынки

товаров и услуг» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация - <i>зачет</i>	40
ИТОГО	100

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Тематика курсовых работ/проектов

«Курсовая работа/проект по дисциплине «Экономическая дипломатия» учебным планом не предусмотрена»)

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1. Понятие конъюнктура. Какие вопросы анализируются при изучении конъюнктуры рынка. Факторы влияния на конъюнктуру рынков.
2. Исследование рынка, порядок составления конъюнктурного обзора, его разделы, источники информации
3. Понятие мировой рынок, мировая цена. Элементы мировой цены. Источники информации о ценах. Множественность цен.

4. Влияние научно-технического прогресса на мировые рынки машин и оборудования.
5. Влияние цифровизации на каналы продаж товаров
6. Влияние торговых войн и санкций на состояние конъюнктуры мировых товарных рынков (примеры)
7. Влияние пандемии на состояние мировых товарных рынков (примеры)
8. Методы исследования конъюнктуры рынков, влияние циклических и не циклических факторов. Факторы спроса и предложения. Емкость рынка.
9. Мировые рынки топлива. Структура мирового энергетического баланса. Новые тенденции на мировом энергетическом рынке. 4-й энергетический переход
10. Топливо-энергетический комплекс мира. Новые тенденции на мировом рынке топлива. Процессы ценообразования на мировом рынке топлива.
11. Теория ресурсного проклятия. Парадоксы изобилия
12. Сланцевая революция и ее влияние на расстановку сил на мировом рынке газа и нефти
13. Роль ОПЕК в регулировании рынка нефти. Сделка ОПЕК+. Последние договоренности.
14. Рынок нефти: современное состояние, факторы влияния
15. Рынок природного газа. Факторы влияния.
16. Рынок СПГ. Основные участники рынка. Факторы влияния. Россия на рынке СПГ.
17. Место России на мировых рынках энергоносителей. Риски и вызовы. Борьба трубопроводов.
18. Возобновляемые источники энергии и их влияние на мировой рынок углеводородов. «Зеленая экономика»
19. Биржевые механизмы формирования цен на сырьевые товары. Влияние спекулятивных операций на уровень мировых цен. Функции мировых товарных бирж, Особенности биржевых операций.
20. Особенности мирового рынка металлов. Рынки цветных металлов. Конъюнктура рынков базовых цветных металлов. Особенности ценообразования на рынке цветных металлов. Лондонская биржа металлов и другие международные биржи.
21. Мировой рынок черных металлов. Россия на мировых рынках черных металлов
22. Рынок цветных металлов. Россия на мировом рынке цветных металлов.
23. Рынок машин и оборудования. Структура рынка. Основные факторы влияния на международную торговлю машинами и оборудованием. Фактор Китая.

24. Формы государственной поддержки машиностроения, влияние господдержки на результаты производства и внешней торговли м.о.
Фирменная структура рынка машиностроения
25. Рынок автомобилей. Перспективы внедрения электромобилей на рынок. Достоинства и недостатки электромобилей. Перспективы этого сектора.
26. Глобальная продовольственная безопасность. Специфика мирового агропроизводства. Характеристики мирового рынка сельхозтоваров и продовольствия. Сегменты рынка.
27. Генная революция и влияние ее на сельскохозяйственное производство и торговлю. Органическое аграрное производство: потенциал и перспективы.
28. Мировой рынок зерна
29. Мировой рынок пшеницы.
30. Особенности рынка сои, Соя- как королева полей
31. Мировой рынок растительных масел. Особенности потребления и торговли пальмовым маслом.
32. Рынок мяса. Основные характеристики, участники рынка.
33. Рынок халального мяса. Особенности спроса и предложения.
34. Товарная структура и географическое направление торговли сельскохозяйственными и продовольственными товарами.
35. Место России на мировом рынке сельхозтоваров и продовольствия.
36. Особенности рынка потребительских товаров
37. Товары роскоши, спрос и предложение. Демонстративное потребление
38. Факторы формирования спроса и предложения на одежду и обувь
39. Положение на рынке спорттоваров, особенности спроса и предложения.
40. Мода и рынок потребительских товаров. Революция фэшн индустрии
41. Ответственное потребление и его влияние на торговлю одеждой и обувью
42. Вопросы экологии, влияние экологических движений на товарные рынки
43. Выход на китайский рынок продовольственных и сельскохозяйственных товаров (на примере)

Типовые тестовые задания:

1. *Определение понятия «конъюнктура рынка» это*
 - a) политика предприятия по выходу на мировой рынок;
 - b) ситуация на определенный момент на конкретном рынке товаров и услуг, сложившаяся под влиянием совокупности факторов;
 - c) взаимодействие между продавцами и покупателями при поставке товара на мировой рынок;
 - d) равновесное состояние в ценообразовании, возникшее в результате взаимодействия продавцов и покупателей;

е) совокупность внешних условий и обстоятельств, влияющих на ценность товаров и на вытекающие отсюда изменения в величине доходов предприятий.

2. *Цены можно называть мировыми, если на их основе осуществляются сделки (несколько правильных ответов):*

- а) в национальной валюте;
- б) в свободно конвертируемой валюте;
- в) между наиболее развитыми странами;
- г) в резервной конвертируемой валюте;
- д) на свободном рынке;
- е) на регулярной основе.

3. *Факторами спроса на мировом рынке товаров будут выступать (несколько правильных ответов):*

- а) емкость рынка;
- б) изменение в структуре потребления под влиянием НТП;
- в) размеры запасов товаров (в том числе на предприятии, в торговых организациях, на биржах, в госрезервах);
- г) объем производства товаров;
- д) уровень платежеспособного спроса, уровень заработной платы, условия и объемы потребительского кредита;

4. *Факторами предложения на мировом рынке товаров будут выступать (несколько правильных ответов):*

- а) величина неудовлетворенного спроса;
- б) жизненный цикл товара, потребительские вкусы и предпочтения;
- в) объемы продаж товаров;
- г) изменение доли рынка, занимаемого производителями и товаром;
- д) динамика цен;
- е) объем производства товаров;

5. *Товарная биржа: верные утверждения (несколько правильных ответов):*

- а) постоянно действующий организованный рынок чистой конкуренции, на котором по определенным правилам совершаются сделки купли-продажи на качественно однородные и взаимозаменяемые товары;
- б) торги на товарной бирже не связаны с поставкой реального товара и носят спекулятивный характер
- в) подавляющее число сделок (98—99 %) заканчиваются поставкой товара покупателю;

- d) торги ведутся на основе стандартных биржевых контрактов, которые жестко регламентируют вид товара, срок поставки товара и его качество и характеристики;
- e) на товарных биржах в мире продается больше миллиона так называемых биржевых товаров, которые обычно классифицируются по группам;
- f) Сам торгуемый товар на бирже не присутствует и не подлежит предъявлению и предварительному досмотру

Типовые кейсы:

Кейс 1

Ознакомьтесь с текстом и ответьте на вопросы.

Россияне покупают больше отечественной продукции, чем кажется на первый взгляд

Недавно Фонд развития промышленности запустил в соцсетях флешмоб #ПокупаюНаше. Пользователи начали выкладывать фото отечественных продуктов, которыми они пользуются, и передавать эстафету друзьям. Эта акция призвана помочь российским производителям, ведь рекомендации знакомых — лучшая реклама. Участники флешмоба посоветовали друг другу, например, отечественную косметику *Natura Siberica* и *Cocco Bello*, очки *Harry Cooper*, марки детской одежды *Eli'n'son* и *Little Star*, колбасу *Casademont* и питьевую воду «Аквин». Нашим предпринимателям тяжело конкурировать с западными корпорациями, которые могут себе позволить потратить много денег на завоевание российского рынка. Еще отечественным бизнесменам приходится бороться с извечным стереотипом о том, что у нас не производят ничего хорошего. Поэтому они делают логотипы на латинице и даже выдумывают легенды об иностранном происхождении своего товара.

Часто россияне даже не подозревают, что покупают отечественное. В Рунете гуляет много текстов о российских брендах, притворяющихся иностранными. *Rusbase* решил вспомнить, какие товары обычно не воспринимаются как российские, а могли бы быть поводом для гордости за наших предпринимателей. Спорим, вы не знали, что с Россией связаны:

Oggi — переводится с итальянского как «сегодня». Бренд создан в 1998 г. питерской фирмой «Август Плюс». Дизайн-бюро находится в Санкт-Петербурге, большая часть одежды производится в Китае.

Gloria Jeans — история известного джинсового бренда начинается с кооператива «Глория», который создал в 1988 г. ростовчанин Владимир Мельников. Сегодня у компании 35 фабрик в России и 13 в Украине.

Бренды *BeFree*, *Love Republic* и *Zarina* принадлежат петербургской компании «Мэлон Фэшн Груп». Изначально всю их продукцию производила швейная фабрика «Первомайская заря», сейчас 90 % наименований выпускается за границей.

Сеть магазинов одежды *Sela* (переводится с иврита как «скала») создали в начале 1990-х гг. кузены Борис Остроброд и Аркадий Пекаревский. Начали с торговли китайскими пуховиками, потом решили продавать свое. Дизайн-бюро находится в Израиле, производство — в Китае.

Россиянин Андрей Тарасов выкупил у старой итальянской семейной фирмы права на использование бренда *Meucci* в России. Часть ассортимента отшивается в Италии, зато вся верхняя одежда — на подмосковной фабрике в Лобне.

InCity — российский бренд, созданный в 2005 г. основателями ОАО «Модный континент». Производство одежды расположено в странах Юго-Восточной Азии.

1. Чем вызвано намерение отечественных производителей выпускать продукцию под иностранной маркой? Можно ли считать такой прием введением в заблуждение потребителя?
2. В чем состоят конкурентные преимущества отечественной легкой промышленности, есть ли у нее перспективы?
3. Оцените степень интернационализации российской легкой промышленности от 0 до 5. Обоснуйте свою оценку, найдите собственные примеры.

Кейс 2

Прочитайте текст, ответьте на вопросы:

1. Выявите влияние на мировой рынок кофе факторов общеэкономического характера, отраслевого, странового.
2. Какие случайные факторы могут повлиять на рынок кофе
3. Каково состояние российского рынка кофе: оцените емкость рынка в 2016 г. (производство, импорт, экспорт), уровень деловой активности, уровень доходов, общее состояние экономики, политика правительства. Что влияет на предпочтения россиян. Как меняется спрос.
4. Какова конкуренция на российском рынке. Какие товары на этом рынке конкурируют между собой. Из каких стран поставляется кофе
5. Найдите в Интернете источники, по которым можно собрать информацию по рынку кофе

Обзор российского рынка кофе

Исследования компании NeoAnalytics

В целом российский рынок кофе можно охарактеризовать как достаточно емкий и высококонкурентный. На нем систематически присутствует платежеспособный спрос и растет потребление. Кроме того, в течение последних 10 лет четко отслеживаются значительные

изменения потребительских предпочтений россиян, которые в свою очередь положительно сказываются на растущей динамике отечественного кофейного рынка. Так, в частности:

- кофе является базовым продуктом потребительской корзины;
- произошли изменения стиля жизни и культуры потребления кофе, что привело к увеличению посещаемости кофеен и росту их числа;
- растут расходы потребителей на покупку кофе;
- происходят изменения в структуре потребления – потребители переходят от дешевых порошковых видов кофе к более качественному продукту;
- увеличивается потребление натурального молотого и зернового кофе.

На протяжении последнего десятилетия российский рынок кофе динамично развивался: с 2011-го по 2016 год его ежегодный прирост составил 57,6% в натуральном выражении. Росту этих показателей способствовало активное развитие торговых сетей и увеличение торговых площадей. Кроме того, активно укрепляют свои позиции новые форматы торговли: кофейни, торговые автоматы, интернет-магазины, «кофе в офис» (office coffee service).

Интенсивный рост кофейного рынка подтверждается увеличением количества потребляемого кофе на душу населения в РФ за десятилетний период. Если в 2001 году этот показатель составлял 400 граммов на одного россиянина в год, то в 2016-м на человека приходилось уже 1,35 килограмма кофе. Тем не менее Россия на порядок отстает по этому показателю от развитых европейских стран, где он колеблется в пределах от 6,2 до 12 килограммов.

Основным видом кофе, который предпочитают российские потребители, является растворимый. На сегодняшний день в сегменте растворимого кофе по потреблению на душу населения Россия занимает третье место в мире после США и Великобритании. Сегмент растворимого кофе почти достиг точки насыщения. Однако в последние несколько лет соотношение потребления растворимого кофе к обжаренному (молотому и зерновому) кофе постепенно меняется в пользу последнего.

В 2016 году в структуре розничных продаж в натуральном выражении доминировали кофе миксы, кофейные концентраты и другие кофейные напитки с долей 47,1%. Доли растворимого кофе составляла 38,7%, а натурального – 14,2%. В стоимостном выражении эти показатели составили, соответственно, 41, 48,5 и 10,5%. По итогам 2017 года, существенных изменений в структуре розничных продаж кофе по видам не ожидается.

Кофе в России не выращивается, поэтому отечественный рынок зависит от тенденций развития мирового рынка: повышение цен, снижение поставок вследствие климатических условий и другие факторы.

По данным Росстата, Россия в 2016 году, по сравнению с 2015-м, увеличила импорт кофе на 9,5% в натуральном выражении. Общий объем импорта кофе в РФ в натуральном выражении достиг 171,5 тысячи тонн, а в денежном – \$ 516,6 млн (рис. 1). По предварительным данным, в 2017 году импорт кофе в натуральном выражении вырос на 10,4% – до 189,3 тысячи тонн.

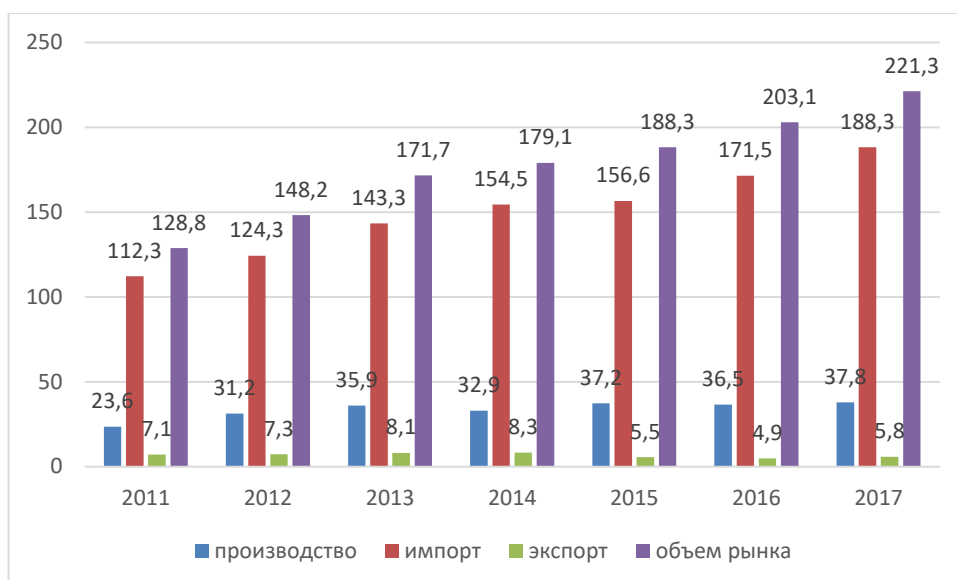


Рис. Динамика основных показателей рынка кофе в 2011-2017 гг., тыс. т

В 2016 году первое место среди стран, поставляющих кофе в нашу страну, занимал Вьетнам с долей 40,5% в натуральном выражении. Также в тройку стран-лидеров импорта кофе вошли Бразилия и Индонезия – их доли составили, соответственно, 17,9 и 12,3%. В 2017 году структура импорта по странам существенно не изменилась.

В связи с тем, что на территории России ключевыми игроками мирового кофейного рынка были открыты новые заводы, на протяжении последних лет наблюдался рост экспорта кофе в зернах в страны ближнего зарубежья. В основном продукция из России поставлялась в Белоруссию, на Украину и в Казахстан. Общий объем экспорта кофе из страны в 2016 году составил 4,9 тысячи тонн, или \$ 26,6 млн. По оценке NeoAnalytics, в 2017 году объем экспортных поставок увеличился до 5,8 тысячи тонн.

По данным Росстата, в 2016 году на территории страны было выпущено 36,5 тысячи тонн кофе. Ожидается, что по итогам 2017 года, объем производства увеличится на 3,6% и составит 37,8 тысячи тонн.

На сегодняшний день основными игроками на этом рынке являются: ООО «Нестле Россия», ООО «Крафт Фудс Рус» и ООО «Чибо». Эти компании входят в тройку лидеров российского рынка растворимого кофе, занимая долю более 50% в стоимостном выражении.

Что касается зернового кофе, то чуть более 60% этого рынка занимают такие производители, как ГК «Орими Трэйд», ЗАО «Московская кофейня на паяхъ», ООО «Чайно-кофейная компания «Гранд» и ООО «Паулиг Рус».

В 2016 году объем российского рынка кофе в натуральном выражении составил 203,1 тысячи тонн, увеличившись на 7,9% по сравнению с 2015-м (рис. 2). По расчетам NeoAnalytics, в 2017 году объем рынка увеличился на 9% до 221,3 тысячи тонн.

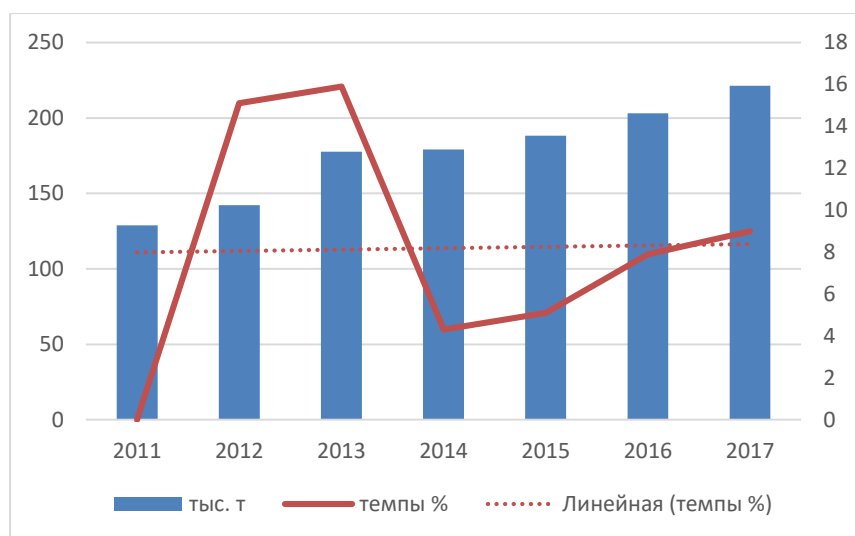


Рис. 2. Динамика объема рынка кофе в 2011-2017 гг., тыс. т. и в %

В денежном выражении объем кофейного рынка в 2016 году составлял около 160 млрд рублей, а в 2017-м он увеличился на 10,6% до 177 млрд рублей.

Российский рынок кофе является импортозависимым в силу особенностей географического положения страны. В структуре объема рынка доля импорта составляет около 85% : в 2011 г. она была – 87,2, в 2012 г. – 83,9%, в 2013 г. -83,8%, 2014 г. – 86,3%, 2015 г. – 83,2%, 2016 – 84,2%.

На сегодняшний день российский рынок кофе является высококонкурентным. Активно идет консолидация и поглощение игроков. К примеру, израильская Strauss Group Ltd занимается консолидацией на кофейном рынке путем поглощения российских игроков. Среди приобретенных ею торговых марок – Ambassador, Kaffa, Le Cafe и «Черная карта».

По прогнозам ассоциации «Росчайкофе», на отечественном рынке кофе в долгосрочной перспективе останется всего 5–6 игроков, большая часть из которых будет представлена транснациональными компаниями, а количество брендов сократится в 2–3 раза вследствие консолидации рынка. Лидерами рынка будут игроки, активно проводящие рекламные кампании, а также игроки, нарастившие капитализацию, в том числе благодаря процессам консолидации. В сегменте натурального жареного кофе ожидается появление новых иностранных операторов.

По оценкам NeoAnalytics, емкость российского рынка кофе в натуральном выражении, по итогам 2017 года, была 205,4 тыс. т. В 2018 г. - 212,2 тыс. т, а в 2019-м вырастет – до 220,5 тыс. т. Ежегодный прирост составит 3–5%.

<http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2474>

Примеры вопросов для опроса:

1. Понятие конъюнктура. Какие вопросы анализируются при изучении конъюнктуры рынка. Факторы влияния на конъюнктуру рынков.
2. Исследование рынка, порядок составления конъюнктурного обзора, его разделы, источники информации

3. Понятие мировой рынок, мировая цена. Элементы мировой цены. Источники информации о ценах. Множественность цен.

Примеры тем групповых дискуссий:

1. Теория ресурсного проклятия. Парадоксы изобилия
2. Сланцевая революция и ее влияние на расстановку сил на мировом рынке газа и нефти
3. Роль ОПЕК в регулировании рынка нефти. Сделка ОПЕК+. Последние договоренности.

Деловая игра:

Деловая игра

Цель –рассмотреть целесообразность и определить условия импорта в Россию оборудования (по выбору) из зарубежной страны (по выбору)

Участники: компания –посредник, предлагающая свои услуги; компания – конечный приобретатель (экспортер) оборудования; компания – зарубежный поставщик.

Ход игры:

1. Студенты разбиваются на группы, выбрав себе соответствующую роль;
2. Договариваются о товаре-объекте переговоров и о стране импорта;
3. Знакомятся с предложенным ниже текстом, ищут дополнительные источники информации по выбранному оборудованию и производителям;
4. Группа экспортеров подготавливает спецификацию необходимого оборудования; группа – посредников предлагает набор услуг и разрабатывает условия их оказания; группа- зарубежных поставщиков предлагает условия поставки.
5. Конечный этап – переговоры и принятие окончательного решения о целесообразности купли-продажи оборудования.

ПРАВИЛА ИМПОРТА МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ В РОССИЮ

Ввоз машин и оборудования является важнейшей статьей в структуре импорта Российской Федерации и в отдельные годы достигает 50% и более от стоимости всех ввозимых товаров. В среднем в год в Россию импортируется машин, оборудования и транспортных средств на сумму до 150 млрд долл. Продукция европейских машиностроителей занимает более 70% импортного рынка машин и оборудования России. В последние годы санкции серьезно ограничивают возможности импорта оборудования для нефтегазовой и некоторых других отраслей промышленности. Согласно принятым правилам экспортер из стран ЕС должен строго контролировать направление и назначение своих отгрузок, проводить проверку конечного пользователя оборудования.

Правовые основы импорта оборудования ЕАЭС

Порядок импорта и таможенного оформления машин и оборудования на территорию стран ЕАЭС регулируется Таможенным кодексом Таможенного союза и представляет собой стандартную регламентированную процедуру. Для отдельных видов оборудования могут применяться дополнительные законодательные акты РФ о таможенном деле.

Многие промышленные машины и технологическое оборудование освобождены от ввозных пошлин на основании соответствующих решений Коллегии Евразийской экономической комиссии. Для некоторых видов ввозимого оборудования имеются преференции по уплате ввозного НДС.

Порядок импорта и таможенного оформления машин и оборудования

Для таможенной очистки на территории РФ в таможенные органы подается стандартный набор документов, включающий в себя инвойс, внешнеторговый договор, таможенную декларацию, упаковочный лист. Кроме того, пакет документов может в себя включать описание продукции, экспертные заключения, фотографии заводских шильдов (информационная табличка, на которой размещены надписи и обозначения, относящиеся к маркируемому изделию), технические паспорта, инструкции по эксплуатации, схемы и чертежи оборудования с указанием сферы применения. Транспортировка оборудования от производителя до места использования требует специальной упаковки, крепления, фиксации, а в некоторых случаях специального транспорта. Кроме того, ввозимое оборудование обязательно должно *быть сертифицировано* или иметь документальное подтверждение того, что оборудование не подлежит сертификации.

Сертификация машин и оборудования

Для таможенной очистки ввозимых машин и оборудования в России необходимо получить сертификат или декларацию соответствия Техническим регламентам Таможенного союза. Как правило, машины и оборудование попадают под действие следующих технических регламентов:

- ТР ТС 010/2011 «О безопасности машин и оборудования»
- ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования»
- ТР ТС 012/2011 «О безопасности оборудования для работы во взрывоопасных средах»
- ТР ТС 020/2011 «Электромагнитная совместимость технических средств»

Для отдельных видов машин и оборудования могут применяться дополнительные технические регламенты, ГОСТ стандарты или иные нормы регулирования, в зависимости от области применения. Не подлежит сертификации оборудование бывшее в употреблении, временно ввозимое на территорию Таможенного союза, а также запасные части.

Правила ввоза бывших в употреблении машин и оборудования

Для импорта в Россию или страны Таможенного союза бывшего в употреблении оборудования необходимо наличие экспертного заключения для подтверждения таможенной стоимости продукции. Экспертное заключение для импорта машин и оборудования оформляют Торгово-Промышленные палаты (ТПП) и иные аккредитованные органы на основе процедуры оценки оборудования аккредитованным экспертом. В некоторых случаях требуется процедура осмотра оборудования. Бывшее в употреблении машины и оборудование не подлежат обязательному подтверждению соответствия в виде сертификации или декларирования. В этом случае необходимо оформление отказного письма ВНИИС (Всероссийского Научно-Исследовательского Института Сертификации).

Временный ввоз машин и оборудования

Иногда требуется ввезти на территорию России или Таможенного союза оборудование для проведения конкретных краткосрочных работ, либо для проведения испытаний или участия в выставках. В этом случае к импортируемому оборудованию применяется процедура временного ввоза. Данная процедура позволяет, как правило, полностью освободить ввозимые товары от уплаты таможенных пошлин и НДС. Срок, на который могут быть ввезены машины и оборудование по процедуре временного ввоза не может превышать 2 года. Применение данной процедуры регулируется Таможенным кодексом Таможенного союза и требует документальное подтверждение сроков ввоза машин и оборудования и их своевременный возврат. В противном случае к данному оборудованию применяются стандартные таможенные процедуры, требующие уплаты таможенных пошлин и НДС.

Санкции в отношении импорта машин и оборудования

В результате наложенных на Россию санкций, экспорт машин и оборудования из стран ЕС запрещен или серьезно ограничен. Серьезные ограничения наложены на вывоз из ЕС товаров двойного назначения, оборудования для нефтедобывающей и буровой промышленности, а также для глубоководного бурения и разведки нефтяных месторождений. Запрещены контракты на поставку машин и оборудования для российских оборонных НИИ и предприятий

ВПК. Кроме того, запрещено отправлять машины и оборудование в Крым и Севастополь и крымским предприятиям. От производителей в ЕС требуется проводить проверку Российских импортеров, получать Сертификат конечного пользователя. Перед приобретением продукции необходимо тщательно проверить, не попадает ли данная продукция под ограничения, связанные с санкциями или экспортным контролем, и нет ли ограничений, наложенных на импортера.

Освобождение от уплаты НДС машин и оборудования

Импортируемые машины и оборудование, а также комплектующие к нему, могут быть освобождены от уплаты НДС при ввозе на территорию Российской Федерации согласно ст.150 Налогового Кодекса РФ, если данное технологическое оборудование не имеет аналогов на территории РФ. Перечень оборудования, освобожденного от уплаты НДС, приводится в Постановлении Правительства РФ N 372 от 30.04.2009. Перечень постоянно изменяется и дополняется, и содержит указание на код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и наименование оборудования. Если ввозимое оборудование не содержится в данном Перечне, то его ввоз подлежит обложению НДС в общем порядке. Для получения льготы по НДС импортеру необходимо обеспечить документальное подтверждение кода классификации товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности ТН ВЭД. Применение льготы по НДС не сопряжено с каким-либо ограничением по пользованию или продаже ввезенного оборудования.

Услуги консультантов- посредников

Специалисты компании, как правило, имеют многолетний опыт импорта машин и оборудования в Россию и ее таможенного оформления. Они предлагают услуги по оформлению необходимой документации, таможенной очистке и доставке, получению необходимых сертификатов и разрешений. Компания готова предоставить следующие услуги:

- Консультации по вопросам импорта машин и оборудования
- Переговоры с поставщиками в ЕС
- Составление внешнеторговых договоров
- Оформление сертификатов и деклараций соответствия
- Оформление разрешений экспортного контроля на товары двойного назначения
- Оформление экспертизы на б/у оборудование
- Составление прочей документации
- Таможенное оформление и очистка
- Доставка в любую точку России

Стоимость услуг посредника-консультанта

Зависит от вида продукции, страны происхождения, объема партии и ее стоимости, а также пункта доставки. Стоимость услуг в каждом случае рассчитывается индивидуально.

Составлено с использованием <https://schmidt-export.ru/импорт-машин-и-оборудования>

Тематика контрольных работ:

1. Установите признаки сегментации рынка и охарактеризуйте сегменты рынка по ценовому признаку и месту происхождения (на конкретном примере рынка). Представьте исследование в виде аналитической работы.
2. Проведите анализ воздействия ТНК на конъюнктуру мировых товарных рынков (на конкретном примере). Представьте исследование в виде аналитической работы.

3. Проанализируйте как складывалась конъюнктура на мировых рынках минерального сырья и топливных ресурсов в период глобального кризиса (2008-2010 гг.) и в посткризисный период. Представьте исследование в виде аналитической работы.
4. Изучите основные показатели развития определенного мирового рынка за последние 5 лет. Какие факторы оказали наиболее сильное влияние на развитие данного рынка? Представьте исследование в виде аналитической работы.
5. Определите закономерности ценообразования на мировых рынках. Назовите основные факторы влияния. Представьте исследование в виде аналитической работы.

Тематика эссе:

1. Формы государственной поддержки машиностроения, влияние господдержки на результаты производства и внешней торговли м.о. Фирменная структура рынка машиностроения
2. Глобальная продовольственная безопасность. Специфика мирового агропроизводства. Характеристики мирового рынка сельхозтоваров и продовольствия. Сегменты рынка.
3. Генная революция и влияние ее на сельскохозяйственное производство и торговлю. Органическое аграрное производство: потенциал и перспективы.
4. Особенности рынка сои, Соя- как королева полей
5. Рынок мяса. Основные характеристики, участники рынка.

Тематика докладов:

1. Рынок автомобилей. Перспективы внедрения электромобилей на рынок. Достоинства и недостатки электромобилей. Перспективы этого сектора.
2. Товарная структура и географическое направление торговли сельскохозяйственными и продовольственными товарами.
3. Место России на мировом рынке сельхозтоваров и продовольствия
4. Мировой рынок растительных масел. Особенности потребления и торговли пальмовым маслом.
5. Мировой рынок зерна
6. Влияние неравномерности экономического развития на конъюнктуру мирового рынка.
7. Основные черты и тенденции развития конъюнктуры глобального мирового хозяйства на современном этапе.

8. Воздействие ТНК на конъюнктуру большинства товарных рынков.
9. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках.
10. Особенности товарной и географической структуры современной международной торговли.

Тематика аналитического обзора:

1. Составьте прогноз основных показателей мировых товарных рынков (на примере конкретного рынка). Представьте его в виде отчета.
 2. Определите спрос, предложение и емкость определенного мирового рынка (по Вашему выбору). Представьте его в виде отчета.
 3. Проанализируйте состояние и разработайте прогноз развития рынка (по вашему выбору).
 4. Определите ведущих стран импортеров и экспортеров конкретной продукции и дайте им краткую характеристику (по Вашему выбору). Представьте исследование в виде аналитической работы.
 5. Определите существующие методы прогнозирования рынка определенных товаров и дайте им краткую характеристику (на конкретных примерах мировых товарных рынков). Представьте исследование в виде аналитической работы.
- 1.

Индивидуальный или групповой проект

Задание: студенты разбиваются на группы, выбирают товар из группы сельскохозяйственные и продовольственные товары и разрабатывают стратегию выхода на рынок Китая. Итог – презентация проекта и оформление результатов в виде аналитического доклада

Стратегии продвижения товара на зарубежный рынок

Осуществление внешнеэкономической деятельности предприятия начинается в тот момент, когда руководством принимается решение о продвижении товара на зарубежный рынок. При этом компания должна провести комплексный анализ своих возможностей, принять во внимание вероятные риски на зарубежных рынках. Весь цикл процедур выхода на зарубежные рынки включает определенные стадии, порядок прохождения которых может варьироваться в зависимости от специфики деятельности того или иного предприятия и характеристики продукта.

Определение привлекательности внешнего рынка, анализ его сильных и слабых сторон лежит в основе выбора любой стратегии выхода компании на зарубежное пространство. В ходе анализа рынка важно уделить особое внимание 4 основным составляющим, а именно:

- Потенциал внешнего рынка (динамика изменения его емкости в перспективе);
- Доступность внешнего рынка (наличие и определение возможных барьеров входа);
- Восприимчивость внешнего рынка (степень готовности восприятия товара);
- Стабильность внешнего рынка.

Оценка потенциала рынка в зависимости от товара определяется по-разному. Для уже известных товаров емкость рынка можно оценить величиной установленного и/или прогнозируемого спроса на аналогичные товары в годовом периоде. Для товаров-новинок потенциал рассчитывается, исходя из спроса на товары-эквиваленты; в случае их отсутствия анализируется динамика потребностей, для удовлетворения которых производятся данные товары.

Доступность рынка является относительным показателем. Для каждой компании она будет определяться затратами, необходимыми на проникновение на тот или иной рынок, установленными тарифными и нетарифными барьерами, а также непредвиденными изменениями экономико-политической ситуации потенциального государства.

Анализ восприимчивости рынка обычно осуществляется в ходе пробных продаж потенциальных товаров или услуг. По результатам, полученным в ходе такого тестирования, на рынке складывается мнение о производителе, о товаре, об его определенных свойствах и качествах, имидже. Созданный комплексный образ, полученный в результате «пилотного тестирования», ложится в основу качественной корректировки всего дальнейшего маркетингового комплекса компании.

Стабильность потенциального внешнего рынка определяется сложившейся на нем ситуацией (как экономической, так и политической). Обычно стабильность выражается в высоком уровне платежеспособности населения, а также в коммерческом постоянстве потенциальных клиентов.

Также необходимо проанализировать степень возможной конкуренции. На этапе конкурентного анализа исследователь рассматривает следующие стадии:

- Определение конкурентного преимущества;
- Составление перечня конкурентов;
- Разработка конкурентной структуры;
- Анализ и изучение основных конкурентов;
- Совершенствование механизмов конкуренции на зарубежных рынках.

Говоря о конкурентных преимуществах, стоит отметить, что они являются, скорее, относительными, чем абсолютными. Это связано с периодическим изменением характера самой конкуренции, а следовательно и ее преимуществ. С течением времени, конкурентные преимущества имеют особенность разрушаться из-за устаревания их источников, имитации другими компаниями, изменений в экономической ситуации и пр.

Определение перечня конкурентов, разработка конкурентной структуры, а также анализ и изучение их деятельности является немаловажной стадией потому, что в результате этого складывается представление о количестве конкурентов и долях рынка, которые они занимают. Итоговая картина помогает понять, как компания должна выстраивать свои стратегии маркетинга, и на какие результаты она может рассчитывать.

На финальном этапе, при непосредственном выборе рынка и комплекса маркетинга, для компании ставится задача максимально использовать выявленные конкурентные преимущества с учетом специфики зарубежного рынка.

После того, как компания выбрала один или несколько зарубежных рынков, происходит разработка стратегии непосредственного выхода и закрепления на них. Она включает в себя выбор наилучшего позиционирования и продвижения товаров по сравнению с конкурентами.

Стратегиям выхода на международные рынки посвятили свои работы некоторые зарубежные исследователи. Например, Майкл Портер, американский экономист и профессор, определил три общие стратегии, которые могут быть приняты компанией для получения конкурентного преимущества на зарубежном рынке:

- Стратегия лидерства стоимости;
- Стратегия дифференциации;
- Фокус - стратегия¹.

¹ По материалам портала MBA Knowledge Base

Стратегия лидерства стоимости направлена на повышение эффективности и минимизацию издержек производства. Она может осуществляться благодаря жесткому контролю расходов, тщательному выбору клиентов, стандартизации и автоматизации производства. Основная идея данной стратегии заключается в том, чтобы в общей массе конкурентов определенная компания имела наименьшие затраты. Такая стратегия помогает пережить ценовое противостояние, обеспечить максимальную маржинальность, а также привлечь большое количество потребителей за счет снижения окончательной цены продукции.

При выборе стратегии дифференциации делается акцент на предложение товара, превосходящего товары конкурентов по одному или нескольким аспектам, таким как характеристики товара, его качество, обслуживание клиентов, гарантия, дистрибуция, доставка и пр. Успешное применение стратегии дифференциации подразумевает предоставление уникальных характеристик, которые ценятся потребителями. Ключевым фактором успеха в стратегии дифференциации является четкое понимание потребностей потребителя.

Фокус-стратегия предполагает концентрацию на небольшом сегменте, выбор которого происходит на основе определенной группы потребителей или по географическому признаку. Тщательно выбирая сегмент и удовлетворяя потребности этого сегмента лучше, чем конкуренты, нацеленные на более широкие сегменты, компании могут получить значительное конкурентное преимущество. Это может произойти в том случае, если маркетологи изначально смогут найти нишу, которая еще не заполнена крупными конкурентами, а затем разработать специализированный продукт для удовлетворения имеющейся потребительской потребности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что разработка стратегии выхода компании на рынки зарубежных стран является комплексным и многогранным процессом. Из-за наличия высокой степени неопределенности и изменчивости внешней экономической среды, компании разрабатывают все новые стратегии выхода на внешние рынки, включая в них многовариантные подходы к управлению процессами, анализу состояния рынков, оценке и увеличению конкурентного преимущества.

Типовая структура экзаменационного билета/зачетного задания

Примеры для оформления

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1.</i>	<i>20</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>20</i>

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

Шкала оценивания	Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций

85 – 100 баллов	«отлично»/ «зачтено»	ПК- 2 Способен проводить исследования в сфере мировой экономики и международных экономических отношений	ПК-2.2. Оценивать состояние и тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг)	Знает верно и в полном объеме: тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг) Умеет верно и в полном объеме: оценивать состояние и тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг)	Продвинутый
		ПК -3. Способен анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках	ПК-3. 3. Использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач	Знает верно и в полном объеме современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач Умеет верно и в полном объеме использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач	
70 – 84 баллов	«хорошо»/ «зачтено»	ПК- 2 Способен проводить исследования в сфере мировой экономики и международных экономических отношений	ПК-2.2. Оценивать состояние и тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых	Знает с незначительными замечаниями: тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых	Повышенный

			<i>товарных рынков и рынков услуг)</i>	<i>товарных рынков и рынков услуг)</i> Умеет с незначительными замечаниями: <i>оценивать состояние и тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг)</i>	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»/ «зачтено»	<i>ПК -3. Способен анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках</i>	<i>ПК-3. 3. Использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач</i>	Знает на базовом уровне, с ошибками: <i>современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач</i> Умеет на базовом уровне, с ошибками: <i>использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач</i>	Базовый
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	<i>ПК- 2 Способен проводить исследования в сфере мировой экономики и международных экономических отношений</i>	<i>ПК-2.2. Оценивать состояние и тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг)</i>	Не знает на базовом уровне: <i>тенденции развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг)</i> Не умеет на базовом уровне: <i>оценивать состояние и тенденции</i>	Компетенции не сформированы

				развития интеграционных объединений, региональных торговых соглашений (мировых товарных рынков и рынков услуг)	
		ПК -3. Способен анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках	ПК-3. 3. Использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач	Не знает на базовом уровне: современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач Не умеет на базовом уровне: использовать современные ИКТ для решения аналитических и исследовательских задач	