ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Автор: к.э.н., Л.Г. Гогиберидзе

Код и наименование направления подготовки, профиля:
38.03.02 Менеджмент, Международный менеджмент
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями и терминами, а также ключевыми теориями, характеризующими современное состояние и тенденции развития внешнеэкономической деятельности в России и других странах мира;
- анализ государственного регулирования внешнеэкономической деятельности на примере функционирования российских и иностранных предприятий.

В результате изучения дисциплины студент должен:
знать:

- ключевые понятия и термины, основные теории, формы и методы организации ВЭД, характеризующие современное состояние и тенденции развития внешней и международной торговли;
- систему показателей, характеризующих экономический потенциал предприятия для определения его места в структуре внешнеэкономической деятельности;
- правовые аспекты и законодательную базу, регулирующую внешнеэкономическую деятельность страны, а также международные отношения в сфере экономики.

уметь:

- обобщать отечественный и зарубежный практический опыт в сфере внешней торговли и проведении международных валютно-финансовых и кредитных операций;
- эффективно использовать современные информационные технологии в исследовании мирового рынка товаров и услуг;
- анализировать статистическую и финансовую отчетность в сфере ВЭД с целью определения конкурентной среды международного бизнеса, прогнозирования конъюнктуры мировых рынков;

владеть:

- практическими навыками, связанными с организацией и техникой осуществления международных контрактов при проведении внешнеэкономической деятельности;
- навыками эффективного ведения переговоров с зарубежными контрагентами.

Содержание дисциплины:

Тема 1. Предмет, метод, основные термины и определения ВЭД

Объект, предмет, содержание дисциплины «Внешнеэкономическая деятельность». Развитие внешнеэкономических связей России. Формы внешнеэкономической деятельности в условиях глобализации.

Тема 2. Стратегия государственного управления внешнеэкономической деятельностью

Органы государственного и негосударственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Основные методы государственного регулирования

внешнеэкономической деятельности. Внешнеторговая политика РФ, ее цель, задачи. Политика свободной торговли, протекционизм. Основные законодательные акты РФ, регламентирующие деятельность предприятия на внешнем рынке. Нетарифные барьеры. Таможенная стоимость. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение величины пошлин, акцизов, НДС.
Таможенное оформление. Таможенные режимы.

Тема 3. Выбор форм и методов выхода предприятия на внешний рынок

Основные направления экспортной политики и импортной политики. Определение оптимальной структуры экспортной составляющей. Виды внешнеторговых операций: экспорт, импорт, встречная торговля (бартерные сделки, торговые компенсационные сделки, промышленные компенсационные сделки). Классификация международных встречных сделок по признаку организационно-правовой основы этих сделок, принципу компенсации. Методы торговли: прямой, косвенный. Последствия их применения.

Тема 4. Международный контракт. Современная практика заключения

Правовые аспекты договора международной купли-продажи товаров. Понятия: "сделка", "договор", "соглашение", "контракт". Венская конвенция ООН "О договорах международной купли-продажи товаров" Признаки договоров международной купли-продажи, попадающих под действие Венской конвенции. Международный контракт, существенные и несущественные условия контракта. Типовой контракт. Заключение договора международной купли-продажи товаров. Способы установления контактов продавцом (твердая оферта, свободная оферта), способы установления контактов покупателем; оформление договора. Договор международной купли-продажи товаров, его содержание.

Тема 5. Базисные условия поставок «Инкотермс 2010»

Современные тенденции развития международной торговли. Понятие «базисные условия поставки». Термины «Инкотермс-2010» и сфера их действия. Расшифровка терминов группы «E», «F», «C» и «D», международная практика их применения.

Тема 6. Международный маркетинг. Международный финансовый менеджмент

Специфика сегментации рынка при международном маркетинге, критерии и основные рекомендации при сегментации внешнего рынка. Планирование продукта для международных рынков: стратегия адаптации, стратегия нового и “обратного” изобретения. Международные каналы товародвижения. Специфика управления ценами, патентование при международном маркетинге. Продвижение товара на международных рынках. Специфические методы международного финансового менеджмента с позиции управления внешнеэкономической деятельностью. Бюджетирование капитала. Чистый эффективный доход.

Трудоемкость: 2 з.е., контактных часов – 36.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля – опрос, деловая игра, решение задач.

Зачет проводится в письменной форме.

Письменная часть включает: тестирование и практическое задание.

Основная литература:

1. О.И. Дегтярева и др. Управление внешнеэкономической деятельностью: Учебник/ Магистр, НИЦ ИНФРА – М:, 2014
2. Международные экономические отношения. / Учебник, под ред. А.И. Евдокимова. – М.: Проспект, 2014.