

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.05.2024 16:30:52
Уникальный программный идентификатор:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени
Патриса Лумумбы»**

АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО

Изучение дисциплин ведется в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)

Управление внешнеэкономической деятельностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

реализуемой по направлению подготовки/специальности:

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Наименование дисциплины	<i>Международная торговля</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1: Международная торговля и мировой рынок.	Тема 1.1: Современный этап развития международной торговли. Показатели, характеризующие состояние, структуру и динамику МТ.
	Тема 1.2: Мировой рынок: понятие, сущность, основные характеристики – емкость, конъюнктура, товарно-географическая структура. Субъекты мирового рынка. Функции мирового рынка (МР).
Раздел 2: Внешнеторговая политика и практика ее реализации на страновом, региональном и глобальном уровнях	Тема 2.1: Понятие и виды внешнеторговой политики
	Тема 2.2: Деятельность международных организаций. Многостороннее регулирование международной торговли.
	Тема 2.3: Экономическая дипломатия, инструменты и методы
Раздел 3: Формы международного бизнеса и транснационализация мировой экономики.	Тема 3.1: Процессы интернационализации производства и капитала. Интернационализация, транснационализация, глобализация мирового хозяйства
	Тема 3.2: Классификация фирм, действующих на мировом рынке. Выбор контрагента
	Тема 3.3: Виды международного предпринимательства и специфика организационно-правовых форм

Наименование дисциплины	<i>Управленческая экономика</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Введение. Экономика и принятие управленческих решений.	Тема 1. Введение. 1. Экономика и принятие управленческих решений. 2. Понятие «управленческая экономика». 3. Экономическая теория и управленческая экономика. Аналитические средства. Управленческая экономика и мировая экономика.
Раздел 2. Теория поведения потребителей и рыночный спрос.	Тема 2. Предпочтения и выбор потребителя. Анализ спроса и потребительское поведение. Аксиомы потребительского выбора. Функция полезности и её виды. Бюджетное ограничение. Построение кривых «доход- потребление» и кривых Энгеля для разных категорий экономических благ. Эффект дохода и эффект замещения (по Слуцкому и Хиксу). Тема 3. Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность спроса. Индивидуальный и рыночный спрос.

	<p>Эластичность спроса по цене. Факторы. Ценовой эластичности. Дуговая эластичность.</p> <p>Эластичность спроса по доходу, перекрёстная эластичность спроса по цене.</p> <p>Излишек (выгода) потребителя.</p>
<p>Раздел 3. Теория производства, издержек, прибыли и рыночное предложение. Рыночные структуры.</p>	<p>Тема 4. Фирма и её цели.</p> <p>Классификация фирм. Организационно-правовые формы.</p> <p>Экономические и неэкономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.</p> <p>Эластичность предложения. Излишек (рента) производителя.</p> <p>Тема 5. Фирма. Оценка производства и издержек.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Производственная функция. Предельная функция технологического замещения. 2. Теория и оценка издержек: краткосрочный и долгосрочный период. 3. Максимизация прибыли и предложение конкурентной фирмы. <p>Тема 6. Рыночные структуры.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: совершенная конкуренция. 2. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: монополия. Виды ценовой дискриминации. 3. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства:
<p>Раздел 4. Выработка решения в условиях неопределённости риска и асимметричности информации.</p>	<p>Тема 7. Анализ риска и неопределённости.</p> <p>Концепция определенности и неопределённости.</p> <p>Причины и последствия неполноты информации.</p> <p>Выработка решения в условиях риска (предполагаемая стоимость, измерение риска, корректировка риска, дерево решений).</p> <p>Выработка решений в условиях неопределённости.</p>
<p>Раздел 5. Рынки факторов производства.</p>	<p>Тема 8. Фирма на рынке ресурсов.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок и фирма как альтернативные формы взаимодействия. Причины возникновения фирмы. Границы фирмы. 2. Труд. Предложение труда (зависимость от заработной платы, незарплатных выплат, ограничения часов работы и т.д.). 3. Асимметрия информации на рынке труда. Сигнализирование. 4. Капитал. Межвременной выбор.

<p>Раздел 6. Государство, общество и управленческие решения фирмы.</p>	<p>Тема 9. Асимметричность информации и управленческие решения. Теория «принципал-агент» и выработка управленческих решений.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рынки с асимметричной информацией. Страхование и моральный риск. 2. Ситуация «принципал-агент». 3. Влияние риска на взаимодействие «принципал-агент». <p>Тема 10. Институциональные аспекты рыночной экономики. Общественный выбор.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внешние эффекты. Налоги и субсидии. 2. Общественные блага. Проблема безбилетника. 3. Проблемы общественного выбора.
--	--

Наименование дисциплины	<i>Теория управления и менеджмент организации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I. Основы теории управления	
ТЕМА 1 Теоретические аспекты управления организацией.	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Понятия, задачи и функции менеджмента 1.2 Роль менеджера и принципы управления 1.3. Типы организационных структур управления 1.4 Влияние стратегии на структуру организации
ТЕМА 2. Природа управления и исторические тенденции его развития.	<ol style="list-style-type: none"> 2.1 Школы теории управления. 2.2. Конструирование организаций для международной окружающей среды 2.3. Современные тенденции организационного развития
ТЕМА 3. Эффективность управления	<ol style="list-style-type: none"> 3.1 Понятие эффективности менеджмента. 3.2 Факторы оценки эффективности менеджмента. 3.3 Критерии и показатели эффективности управления. 3.4 Организационное здоровье и организационные патологии 3.5Повышение эффективности управления.
ТЕМА 4. Менеджмент качества	<ol style="list-style-type: none"> 4.1 Менеджмент качества 4.2 Шесть сигм 4.3 Бережливое производство
ТЕМА 5. Управление инновациями в организации.	<ol style="list-style-type: none"> 5.1 Стратегическая роль инноваций в современной организации 5.2 Управление организационными изменениями
ТЕМА 6. Мотивационная деятельность в управлении	<ol style="list-style-type: none"> 6.1 Понятие мотивации, потребности, мотивов и стимулов. 6.2 Теории мотивации. Теория обогащения труда. 6.3 Механизмы и типологии мотивации работника

Раздел II. Организация как объект управления	
ТЕМА 7. Миссия, философия и цели организации	7.1 Миссия и философия организации. 7.2 Установление целей организации и их ранжирование
ТЕМА 8. Законы функционирования и развития организации	8.1 Закон синергии и закон композиции. 8.2 Закон дополнения. 8.3 Закон сохранения пропорциональности. 8.4 Закон самосохранения и онтогенеза. 8.5 Закон информированности.
ТЕМА 9. Системный подход к изучению организации	9.1 Понятие организации как системы. 9.2 Свойства организационных систем. 9.3 Внутренняя и внешняя среда организации: понятия и взаимодействие.
ТЕМА 10. Жизненный цикл организации.	10.1 Понятие жизненного цикла организации. 10.2 Этапы жизненного цикла по степени зрелости. Временные этапы развития организации.
ТЕМА 11. Функционирование организации.	11.1 Субъекты и объекты организационной деятельности. 11.2 Организация и методы принятия решений. 11.3 Координация в организации. 11.4 Коммуникации в организациях

Наименование дисциплины	<i>Регулирование внешнеэкономической деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Источники правового регулирования ВЭД	Тема 1.1. Внешнеэкономическая политика России. Источники правового регулирования внешнеэкономической деятельности
	Тема 1.2. Современная система государственного регулирования внешнеторговой деятельности
	Тема 1.3. Международные соглашения и конвенции в регулировании ВЭД
Раздел 2. Таможенно-тарифное и не тарифное регулирование	Тема 1.3. Тарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности
	Тема 2.1. Административные и иные нетарифные меры регулирования внешнеэкономической деятельности
	Тема 2.2. Определение таможенной стоимости
	Тема 2.3. Международные правила интерпретации коммерческих терминов
	Тема 3.1. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД). Правила классификации товаров для целей внешней торговли

	Тема 3.2. Сертификация продукции при осуществлении международных бизнес-операций
Раздел 3. Валютное регулирование и валютный контроль	Тема 3.1. Инструменты валютной политики и правовое регулирование валютных операций
	Тема 3.2. Валютный контроль: понятие и механизм. Формы, виды и методы валютного контроля
	Тема 3.3. Валютное регулирование в зарубежных странах
Раздел 4. Экспортный контроль	Тема 4.1. Правовые основы экспортного контроля
	Тема 4.2. Разрешительный порядок осуществления внешнеэкономических операций с контролируемыми товарами и технологиями
	Тема 4.3. Система независимой идентификационной экспертизы товаров и технологий в целях экспортного контроля
Раздел 5. Налоговое регулирование	Тема 5.1. Налоговое регулирование экспортных операций
	Тема 5.2. Налоговое регулирование импортных операций
	Тема 5.3. Особенности налогообложения иностранных организаций и физических лиц, уплачивающих налоги на территории РФ
Раздел 6. Применение защитных мер во внешней торговле	Тема 6.1. Специальные защитные меры при импорте товаров
	Тема 6.2. Порядок введения и применения антидемпинговых мер при импорте товаров
	Тема 6.3. Порядок введения и применения компенсационных мер при импорте товаров
Раздел 7. Экономические методы стимулирования участников ВЭД	Тема 7.1. Система экспортной поддержки
	Тема 7.2. Зарубежная и российская практика господдержки участников ВЭД

Наименование дисциплины	<i>Профессиональный иностранный язык</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6/216
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Организационная структура предприятия	Тема 1.1. Reading.
	Тема 1.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 1.3. Skills
	Тема 2.1. Reading.

Раздел 2. Сущность проекта и управления проектами	Тема 2.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 2.3. Skills
Раздел 3. Управление финансовыми потоками	Тема 3.1. Reading.
	Тема 3.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 3.3. Skills
Раздел 4. Управление рисками	Тема 4.1. Reading.
	Тема 4.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 4.3. Skills
Раздел 5. Управление информационными потоками	Тема 5.1. Reading.
	Тема 5.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 5.3. Skills
Раздел 6. Инновационный путь развития экономики	Тема 6.1. Reading.
	Тема 6.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 6.3. Skills
Раздел 7. Инновационный путь развития экономики	Тема 7.1. Reading.
	Тема 7.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 7.3. Skills
Раздел 8. Инновационный путь развития экономики	Тема 8.1. Reading.
	Тема 8.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 8.3. Skills
Раздел 9. Межкультурная коммуникация, уровни и стратегии	Тема 9.1. Reading.
	Тема 9.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 9.3. Skills
Раздел 10. Особенности национальной бизнескультуры Великобритании, США	Тема 10.1. Reading.
	Тема 10.2. Gr. Review of tenses.
	Тема 10.3. Skills

Наименование дисциплины	<i>Маркетинг и исследование зарубежных рынков</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6/216
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Отраслевой рынок: понятие, сущность, субъекты.	Тема 1.1. Понятийный аппарат отраслевой экономики. Определение границ отраслевого рынка.
	Тема 1.2. Виды отраслевых рынков.
	Тема 1.3. Определение структуры отраслевого рынка, уровень концентрации на отраслевом рынке.
Раздел 2. Дифференцированный отраслевой рынок.	Тема 2.1. Понятие дифференцированного продукта: предпосылки и необходимость дифференциации продукта.

	<p>Тема 2.2. Объемный, ограниченный, специализированный, фрагментарный отраслевой рынок.</p> <p>Тема 2.3. Бренд как высшая форма дифференциации на отраслевом рынке.</p>
<p>Раздел 3. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований.</p>	<p>Тема 3.1. Цели и задачи маркетинговых исследований. Принципы проведения маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований.</p> <p>Тема 3.2. Классификация маркетинговых исследований. Этапы планирования и проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Тема 3.3. Способы проведения маркетинговых исследований.</p>
<p>Раздел 4. Исследование внешней маркетинговой среды. Анализ макросреды.</p>	<p>Тема 4.1. Среда как объект исследования. Понятия макросреды и микросреды компании.</p> <p>Тема 4.2. Основные факторы макросреды (политико-правовые, экономические, социокультурные, технологические).</p> <p>Тема 4.3. Методы исследования макросреды. PEST-анализ. Определение емкости рынка..</p>
<p>Раздел 5. Исследование конкурентной среды.</p>	<p>Тема 5.1. Основные составляющие внешней микросреды компании. Пятифакторная модель конкуренции М. Портера.</p> <p>Тема 5.2. Матрица комплексного анализа делового окружения компании на b2b рынке на уровне макросреды и на уровне отрасли.</p> <p>Тема 5.3. Основные методы исследования конкурентной среды, источники и методы получения информации о конкурентах.</p>
<p>Раздел 6. Исследование потребителей (клиентов).</p>	<p>Тема 6.1. Цель исследования потребителей (клиентов). Сегментация рынка. Признаки сегментации потребительского рынка.</p> <p>Тема 6.2. Особенности сегментации b2b рынка, используемые признаки сегментации.</p> <p>Тема 6.3. Методы сегментации потребителей.</p>
<p>Раздел 7. Основные виды и источники маркетинговой информации. Методы сбора информации.</p>	<p>Тема 7.1. Кабинетные и полевые исследования. Внутрифирменная и вторичная информация. Источники вторичной информации.</p> <p>Тема 7.2. Преимущества и недостатки использования вторичных данных. Цель и особенности проведения полевых исследований.</p> <p>Тема 7.3. Качественные и количественные методы сбора данных.</p>
<p>Раздел 8. Количественные исследования в маркетинге.</p>	<p>Тема 8.1. Характеристика количественных маркетинговых исследований. Панельные и трекинг-исследования, цели, особенности организации.</p>

	Тема 8.2. Методы количественных исследований. Разработка анкеты, проведение анкетирования. Определение выборки, типы выборки.
Раздел 9. Качественные маркетинговые исследования.	Тема 9.1. Характеристика качественных маркетинговых исследований. Фокус-группа и глубинное интервью: цели проведения, особенности проведения, слабые места и недостатки исследований, интерпретация результатов.
	Тема 9.2. Особенности применения качественных исследований на b2b рынках.
	Тема 9.3. Экспертные методы качественных исследований: экспертный опрос, метод Делфи.
Раздел 10. Большие данные, их ценность и источники.	Тема 10.1. Обзор концепции больших данных. Понятие больших данных, возможности и направления их использования в бизнес-аналитике.
	Тема 10.2. Использование веб-данные и веб-аналитика компаний, нацеленных на выявление мотивов и движущих сил в поведении потребителей.
	Тема 10.3. Источники больших данных.
Раздел 11. Технологии, процессы и методы, используемые для работы с большими данными	Тема 11.1. Эволюция масштабируемости аналитических систем. Технологические платформы для больших данных.
	Тема 11.2. Создание аналитических сред и управление ими. Аналитические песочницы. Аналитический набор данных. Встроенные процессы скоринга.
	Тема 11.3. Аналитические инструменты и методы: эволюция и применение для обработки больших данных.

Наименование дисциплины	<i>Управление конкурентоспособностью</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью	Тема 1.1. Основы теории конкуренции
	Тема 1.2. Характеристика конкурентоспособности и конкурентных преимуществ
	Тема 1.3. Анализ конкурентоспособности организации на внешнем рынке
	Тема 1.4. Методы оценки конкурентоспособности организации на внешнем рынке
Раздел 2. Механизмы формирования конкурентоспособности	Тема 2.1. Исследование конъюнктуры рынка. Изучение потребителей и конкурентов
	Тема 2.2. Сущность и основные типы конкурентных стратегий
	Тема 2.3. Сущность стратегического управления конкурентоспособностью организации

Наименование дисциплины	<i>Экономика и организация внешнеэкономической деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	8/288
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Управление ВЭД в России	Тема 1.1. Сущность и содержание предмета «ВЭД предприятия». Характеристика участников ВЭД.
	Тема 1.2. Интеграция России в систему международной торговли. Внешнеэкономический комплекс России.
	Тема 1.3. Приоритеты внешнеэкономической политики государства. Организация и управление ВЭД в стране.
Раздел 2. ВЭД на уровне предприятия	Тема 2.1. Способы выхода на внешние рынки. Заключение контракта. Международные транспортные перевозки. Базисные условия поставки ИНКОТЕРМС. Особенности ценообразования на экспортируемую и импортируемую продукцию. Оформление валютных операций при организации внешнеэкономических расчетов. Факторы, влияющие на цены мирового рынка Классификация цен мирового рынка. Источники информации о мировых ценах Виды контрактных цен. Способы фиксации цены во внешнеторговом контракте Базис цены во внешнеторговом контракте Принципы установления цены на товар в зарубежной фирме производителя Методы внесения коммерческих поправок в контрактные цены. Расчет цен на экспортируемую продукцию. Скидки и их виды Формирование мировой цены на международных биржах Формирование мировой цены на международных торгах и международных товарных аукционах Понятие таможенной стоимости. Методы определения таможенной стоимости товаров. Контроль таможенной стоимости товаров.
	Тема 2.2. Внешнеторговые операции с участием посредников. Общие характеристики внешнеторговых операций и сделок. Подготовка внешнеторговых сделок. Способы заключения сделок. Проведение коммерческих переговоров с иностранными партнерами. Исполнение экспортных и импортных сделок.

Раздел 3. Организационно-правовые и экономические условия внешнеторговых сделок	Тема 3.1. Правовые аспекты договора международной купли-продажи товара. Основные положения договора международной купли-продажи товара. Типовые формы договоров, их виды и использование в практике ВЭД
	Тема 3.2. Коммерческие формы продажи технологий и новейших разработок в ВЭД. Особенности ВЭД в области военно-технического сотрудничества (ВТС)..
Раздел 4. Управление продажами	Тема 4.1. Сущность и модели управления продажами
	Тема 4.2. Организация работы внешнеторговой фирмы, департамента, отдела.
	Тема 4.3. Оперативное управление продажами.
Раздел 5. Экономика продаж	Тема 5.1. Стоимостные формы учета выпуска и реализации продукции (работ, услуг). Понятие и виды издержек, их классификация. Постоянные и переменные затраты. Классификация затрат по экономическим элементам. Смета затрат. Калькуляция себестоимости и ее значение. Основные показатели себестоимости товарной продукции.
	Тема 5.2. Показатели продаж. Ведение управленческой отчетности по продажам.
	Тема 5.3. Финансовые результаты и их оценка, повышение эффективности функционирования предприятия. Прибыль предприятия; показатели прибыли. Рентабельность продаж. Безубыточные объемы производства. Теория оптимального объема выпуска продукции. Эффект и эффективность внешнеторговых операций.

Наименование дисциплины	<i>Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами (CRM)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
CRM-маркетинг	Коммуникация в CRM – маркетинге. Бизнес-процесс CRM – маркетинга.
Система взаимоотношениями с клиентами	Сущность, принципы и концепции систем взаимоотношениями с клиентами. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.
Конфигурация CRM-системы на платформе 1С	Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С.

Наименование дисциплины	<i>Управление проектами во внешнеэкономической деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Разделы	Темы
Раздел 1. Введение в управление проектами	<p>Тема 1.1. Понятие проекта. Понятие управление проектами. Основные этапы истории управления проектами.</p> <p>Тема 1.2. Отличие операционной и проектной деятельности. Критерии успешности проекта.</p> <p>Тема 1.3. Ограничения проекта. Основные причины неудач проектов.</p>
Раздел 2. Основные стандарты управления проектами	<p>Тема 2.1. Стандарты в управлении проектами. Институт управления проектами PMI. Стандарты PMI. Программа проекта. Портфель проектов. Организационное окружение проектов. Заинтересованные стороны проекта. Спонсор проекта. Менеджер проекта. Заказчик проекта.</p> <p>Тема 2.2. Искусство и технологии менеджмента в управлении проектами. Управление проектами в различных организационных структурах. Функциональная структура. Проектная структура. Слабая матрица. Сбалансированная матрица. Сильная матрица. Смешанная матрица.</p> <p>Тема 2.3. Жизненный цикл проекта. Жизненный цикл продукта. Фазы проекта. Группы процессов и области знаний управления проектом.</p>
Раздел 3. Основные этапы управления проектами	<p>Тема 3.1. Инициация проекта. Разработка устава проекта. Цели проекта. Идентификация заинтересованных сторон. Анализ заинтересованных сторон. Планирование проекта. План управления проектом. Базовый план. Рабочий план проекта. Метод «набегающей волны». Содержание продукта и содержание проекта. Критерии приемки продукта. Результаты, исключения и ограничения проекта. Создание иерархической структуры работ (ИСР). Декомпозиция.</p> <p>Тема 3.2. Планирование управления расписанием. Определение последовательности операций. Метод диаграмм предшествования. Определение типов зависимостей. Оценка длительности операций. Разработка расписания проекта. Метод критического пути. Инструменты разработки расписания. Планирование управления стоимостью проекта. Определение бюджета. Базовый план по стоимости. Управление рисками проекта.</p> <p>Тема 3.3. Типология рисков проекта. Идентификация рисков. Планирование реагирования на риски. Управление качеством проекта. Стоимость качества. Бенчмаркинг. Планирование управления человеческими ресурсами. Формы описания ролей и ответственности.</p>

	Матрица ответственности. Планирование управления закупками. Основные типы контрактов.
Раздел 4. Исполнение проекта	Тема 4.1. Руководство и управление работами проекта.
	Тема 4.2. Инструменты развития команды проекта.
	Тема 4.3. Основные причины конфликтов в проекте.
	Тема 4.4. Способы решения конфликтов в проекте.
	Тема 4.5. Отчетность по исполнению проекта.
Раздел 5. Мониторинг и контроль проекта	Тема 5.1. Контроль содержания проекта. Анализ отклонений.
	Тема 5.2. Контроль расписания проекта. Срыв сроков проекта.
	Тема 5.3. Метод освоенного объема. Базовые плановые показатели. Базовые измеряемые показатели.
	Тема 5.4. Основные показатели. Методы прогнозирования в проекте.

Наименование дисциплины	<i>Таможенное оформление товаров и практикум по таможенному декларированию</i>
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные положения в области декларирования товаров и транспортных средств в РФ и ТС	Тема 1.1. Таможенная декларация. Виды таможенных деклараций.
	Тема 1.2. Порядок заполнения декларации на товары при декларировании товаров, ввозимых на таможенную территорию ЕАЭС. Общий порядок заполнения декларации на товары
	Тема 1.3. Порядок заполнения декларации на товары при декларировании товаров, вывозимых за пределы таможенной территории ЕАЭС.
	Тема 1.4. Особенности и способы декларирования товаров и транспортных средств.
	Тема 1.5. Порядок заполнения декларации на товары в зависимости от выбранной таможенной процедуры.
	Тема 1.6. Особенности совершения таможенных операций в отношении товаров, перемещаемых в международных почтовых отправлениях
	Тема 1.7. Особенности совершения таможенных операций в отношении товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности
	Тема 1.8. Особенности совершения таможенных операций в отношении ввозимых подакцизных товаров, подлежащих маркировке акцизными марками

	Тема 1.9. Особенности совершения таможенных операций в отношении припасов
	Тема 1.10. Производство таможенных операций при помещении под таможенные процедуры товаров в области экспортного контроля
	Тема 1.11. Особенности перемещения товаров отдельными категориями иностранных лиц
	Тема 1.12. Порядок оформления и использования форм документов, подтверждающих соответствие продукции требованиям технических регламентов
Раздел 2. Практикум по таможенному декларированию	Тема 2.1. Основы работы с Альта-ГТД.
	Тема 2.2. Особенности декларирования: неполное, предварительное, периодическое таможенное декларирование; декларирование компонентов
	Тема 2.3. Порядок оформления и использования форм документов, подтверждающих соответствие продукции требованиям технических регламентов
	Тема 2.4. Автоматизация процесса заполнения декларации на товары.

Наименование дисциплины	<i>Логистика во внешнеэкономической деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Общая теория логистики	Тема 1.1. Логистическая система как объект изучения.
	Тема 1.2. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм участников ВЭД.
	Тема 1.3. Логистическая концепция управления цепью поставок во внешнеэкономической сфере
	Тема 1.4. Правовое регулирование международных грузоперевозок
Раздел 2. Функциональные области логистики	Тема 2.1. Закупочная логистика
	Тема 2.2. Логистика производственных процессов предприятий, ориентированных на экспорт
	Тема 2.3. Сбытовая логистика
	Тема 2.4. Логистика международных транспортных потоков
	Тема 2.5. Логистика складирования
	Тема 2.6. Основы таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности и соблюдение таможенных формальностей
	Тема 2.7. Организация транзитных перевозок иностранных грузов

Наименование дисциплины	<i>Стратегии развития внешнеэкономической деятельности компании</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Теоретические основы стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия	Тема 1.1. Понятие и виды внешнеэкономической стратегии предприятия
	Тема 1.2. Этапы разработки внешнеэкономической стратегии предприятия
	Тема 1.3. Методики и показатели оценки эффективности реализации внешнеторговой стратегии предприятия
Раздел 2. Стратегическое планирование внешнеэкономической деятельности	Тема 2.1. Концепции и методологические основы стратегического планирования ВЭД
	Тема 2.2. Подходы к формированию моделей разработки стратегического плана организации.
	Тема 2.3. Стратегическая сегментация и организационные формы. Стратегии проникновения на зарубежные рынки
	Тема 2.4. Стратегическая гибкость и стратегический анализ рисков организации. Способы выхода компании на внешние рынки
Раздел 3. Бизнес-планирование	Тема 3.1. Теоретико-методологические основы бизнес-планирования
	Тема 3.2. Предпроектное исследование и техническое проектирование
	Тема 3.3. Бизнес-план: структура и содержание основных разделов
	Тема 3.4. Анализ инвестиционной, финансовой и социально-экономической эффективности бизнес-плана
	Тема 3.5. Методы оценки и управления рисками
	Тема 3.6. Реализация бизнес-плана

Наименование дисциплины	<i>Цифровые технологии в продвижении и ВЭД</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Каналы продвижения и инструменты в цифровом-маркетинге.	Тема 1.1. Понятийный аппарат цифровых технологий.
	Тема 1.2. Ревеню-менеджмент
	Тема 1.3. Контент-маркетинг (блоги, инфоресурсы, публикации на тематических сайтах, продвижение на YouTube, продвижение на SlideShare)
	Тема 1.4. Трафик-менеджмент
Раздел 2. Сайт компании	Тема 2.1. Дизайн и юзабилити сайта

	Тема 2.2. Тексты на сайте
	Тема 2.3. Конверсионные цепочки на сайте
	Тема 2.4. Оптимизация конверсии LP
Раздел 3. Аналитика	Тема 3.1. Веб-аналитика
	Тема 3.2. Карта клиентов
	Тема 3.3. Анализ KPI и метрик по направлениям
Раздел 4. Интернет-маркетинг. Мобильная коммерция	Тема 4. Сущность интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Преимущества интернет-маркетинга для различных категорий пользователей. Реклама в сети Интернет. Отдельные модели распространения рекламы в сети Интернет. Маркетинговые сервисы поисковых систем. Определение мобильной коммерции, ее основные составляющие. Факторы, влияющие на развитие мобильной коммерции. Характеристика мобильной коммерции. Правовое регулирование финансовых операций в мобильной коммерции. Интегрированные финансовые услуги операторов сотовой связи.
Раздел 5. Коммерция в социальных сетях. Инструменты SMM	Тема 5. Сущность и основные элементы коммерции в социальных сетях. Элементы стратегии SMM, оценка ее эффективности. Использование в маркетинговых коммуникациях краудсорсинговых и коворкинг-технологий. Сегментация по аудитории на социальных площадках, ее гипертаргетирования с помощью встроенных сервисов платформ. Маркетинговые особенности использования некоторых из основных популярных социальных платформ (блог-платформы, Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram и т.д.). Сервисы статистики и сервисов автоматического мониторинга сетей.
Раздел 6. Электронные платежные инструменты	Тема 6. Электронные платежи в сфере электронной коммерции. Определение электронного платежа и электронной платежной системы. Структура и динамика электронных платежей. Краткий обзор развития электронных платежей. Биллинг. Электронные платежные инструменты. Нормативно-правовое регулирование деятельности электронных платежных систем. Правовая природа электронных денег. Правовое регулирование электронных денег в США и Европейском Союзе. Требования к электронным платежным системам. Виды платежных систем. Отечественные электронные платежные системы, их краткая характеристика. Интегрированные платежные системы.

Наименование дисциплины	<i>Международный маркетинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии международного развития	Тема 1. Понятие, субъект, объект, виды международного маркетинга Тема 2. Мотивы, цели международного маркетинга и его особенности Тема 3. Среда международного маркетинга
Раздел 2. Информационное обеспечение принятия решений в международном маркетинге	Тема 4. Маркетинговая информационная система (МИС) Тема 5. Международные маркетинговые исследования
Раздел 3. Товарная политика на внешних рынках	Тема 6. Стандартизация и адаптация товаров для внешних рынков Тема 7. Новый товар в международном маркетинге Тема 8. Особенности жизненного цикла товара на внешних рынках Тема 9. Товарный ассортимент в международном маркетинге
Раздел 4. Сбытовая политика на внешних рынках	Тема 10. Определение и сущность международной сбытовой политики Тема 11. Основные решения при формировании каналов сбыта для внешней торговли Тема 12. Критерии выбора канала распределения Тема 13. Многоступенчатость международных каналов сбыта и системы их контроля
Раздел 5. Международные маркетинговые коммуникации	Тема 14. Международная реклама Тема 15. Связи с общественностью Тема 16. Стимулирование продаж

Наименование дисциплины	<i>Товароведение и экспертиза в таможенном деле</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы товароведения	Тема 1.1. Товароведение в таможенном деле
	Тема 1.2. Основы технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия
	Тема 1.3. Основы метрологии.
	Тема 1.4. Фальсификация и идентификация товаров
	Тема 1.5. Экспертиза товаров в таможенных целях
	Тема 1.6. Классификаторы и методы классификации товаров
	Тема 2.1. Экспертиза и классификация парфюмерно-косметической продукции.

Раздел 2. Экспертиза и декларирование непродовольственных товаров.	Тема 2.2. Экспертиза и классификация обуви, текстиля, трикотажа
	Тема 2.3. Экспертиза и классификация силикатных товаров
	Тема 2.4. Экспертиза и классификация нефти и нефтепродуктов
Раздел 3. Экспертиза и декларирование продовольственных товаров.	Тема 3.1. Экспертиза и классификация продовольственных товаров

Наименование дисциплины	<i>Международный прокьюремент</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы прокьюремента	Тема 1.1. Принципы прокьюремента.
	Тема 1.2. Организация системы закупок
	Тема 1.3. Регламентирование закупок.
Раздел 2. Мировая практика прокьюремента	Тема 2.1. Мировой опыт организации государственных закупок
	Тема 2.2. Закупки по проектам Всемирного банка.
	Тема 2.3. Процедуры международных конкурсных торгов.
	Тема 2.4. Особенности международных торгов по различным категориям закупок
	Тема 2.5. Глобальные цепочки стоимости и развитие международного прокьюремента

Наименование дисциплины	<i>Финансовые инструменты внешнеэкономической деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Сущность международных валютно-кредитных отношений и их значение для внешнеэкономической деятельности	Тема 1.1. Деятельность международных валютных и финансово-кредитных институтов
	Тема 1.2. Валютный курс и факторы на него влияющие. Валютные риски.
	Тема 1.3. Конверсионные валютные операции во внешнеэкономической деятельности
Раздел 2. Формы и инструменты международных финансовых расчетов	Тема 2.1. Сущность международных расчетов и их особенности. Общая характеристика форм международных расчетов. Документарный аккредитив. Документарное и чистое инкассо. Банковский перевод.

	Вексель как инструмент международных расчетов. Чек как инструмент международных расчетов. Гарантии: принципы, основные виды и их применение. Поручительства: сущность и применение.
	Тема 2.2. Валютные условия внешнеторгового контракта
	Тема 2.3. Финансовые условия внешнеторгового контракта. Финансовые риски.
Раздел 3. Кредитование во внешнеэкономической деятельности	Тема 3.1. Международный кредит как экономическая категория
	Тема 3.2. Кредитование как разновидность расчетов. Основные виды кредитования при проведении международных расчетов: фирменный кредит, вексельный кредит, кредитование по открытому счету, факторинг, форфейтинг, овердрафт, акцептный кредит.

Наименование дисциплины	<i>E-commerce</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные категории электронной коммерции.	Тема 1. Этапы становления и развития электронной коммерции в России и за рубежом. Диджитализация экономики. Составляющие и основные свойства электронной коммерции. Взаимосвязь развития электронной коммерции с развитием сети Интернет. Тенденции развития рынка электронной коммерции. Мероприятия по повышению конкурентоспособности электронной торговли в Российской Федерации. Электронная и мобильная коммерция в сфере услуг. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции. Прогноз развития технологий электронной коммерции.
Раздел 2. Правовое регулирование электронной коммерции в России и в мире	Тема 2. Классификация отношений, возникающих в сфере электронной коммерции. Общие положения о юрисдикции в сети Интернет. Основные источники регулирования вопросов юрисдикции в сети Интернет в США и Европейском Союзе. Договорные и процессуальные аспекты электронной коммерции. Персональные данные в сфере электронной коммерции. Основные правила продажи товаров дистанционным способом в России. Регулирование вопросов передачи данных и электронной подписи в России.
Раздел 3. Электронная торговля. Виды торговых площадок.	Тема 3. Сущность и преимущества электронной торговли. Классификация моделей электронной торговли. Характеристики основных электронных торговых площадок модели B2C. Характеристики основных электронных торговых площадок моделей B2B, B2G, G2B. Государственные электронные торговые площадки,

	<p>работающие по модели B2G.</p> <p>Организация контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд (ФЗ от 05.04.2013 № 44-ФЗ (с изм. и доп.) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»).</p> <p>«Цифровой» контент и виртуальная собственность.</p> <p>Состояние и тенденции развития электронной торговли.</p>
<p>Раздел 4. Информационные сети электронной коммерции. Обеспечение безопасности электронной коммерции</p>	<p>Тема 4. Определение информационной сети. Сетевые коммуникационные устройства информационных сетей.</p> <p>Типы информационных сетей электронного бизнеса.</p> <p>Безопасность предприятий электронной коммерции.</p> <p>Правовые основы информационной безопасности.</p> <p>Защита персональных данных. Требования к защите персональных данных. Ответственность за несоблюдение требований по законодательства о персональных данных.</p> <p>Ответственность за безопасность электронных платежей.</p> <p>Организационно-правовые, технические и экономические мероприятия по обеспечению безопасности электронной коммерции.</p>
<p>Раздел 5. Направления развития электронной коммерции</p>	<p>Тема 5. Инновационные решения в деятельности торговых и финансовых организаций.</p> <p>Многоканальность и омниканальность взаимодействия с покупателем. Инновационные информационные системы для управления электронной коммерцией и многоканальными продажами. Международные проекты в электронной коммерции. Облачные технологии в торговле. Инновационные решения для безопасности торговли.</p> <p>Применение специализированных торговых информационных систем, мобильных приложений и пакетов программ.</p> <p>Развитие трансграничной розничной торговли.</p>

Наименование дисциплины	<i>Теория и практика международных переговоров</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические основы деловых коммуникаций	Тема 1.1. Понятие, основные характеристики, функции, уровни и виды коммуникаций
	Тема 1.2. Особенности невербального общения в деловой коммуникации
	Тема 1.3. Способы передачи информации
	Тема 1.4. Деловые переговоры как одна из форм деловой коммуникации
Раздел 2. Подготовка и проведение международных переговоров	Тема 2.1. Подготовка и начало переговоров

	Тема 2.2. Передача информации
	Тема 2.3. Аргументирование
	Тема 2.4. Принятие решения
Раздел 3: Техника и тактика ведения деловых переговоров	Тема 3.1. Методы ведения деловых переговоров
	Тема 3.2. Деловые переговоры в различных ситуациях (конфликт и пр.)
	Тема 3.3. Тактические приемы
Раздел 4: Психология делового общения	Тема 4.1. Как расположить к себе людей
	Тема 4.2. Восприятие и понимание людей: барьеры и ошибки
	Тема 4.3. Навыки межличностного общения
Раздел 5. Деловой этикет	Тема 5.1. Правила поведения успешного руководителя
	Тема 5.2. Дресс-код на официальных мероприятиях
	Тема 5.3. Этикет телефонных переговоров
	Тема 5.4. Правила поведения за столом, в общественных местах

Наименование дисциплины	<i>Управление персоналом</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Концептуальные основы управления персоналом организации	Тема 1.1. Персонал предприятия как объект управления
	Тема 1.2. Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием
	Тема 1.3. Принципы управления персоналом
Раздел 2. Подбор, адаптация и развитие персонала	Тема 2.1. Привлечение, отбор и найм персонала.
	Тема 2.2. Адаптация персонала.
	Тема 2.3. Управление развитием персонала организации и его технологии
Раздел 3. Карьерный рост и мотивация	Тема 3.1. Управление карьерой персонала и кадровым резервом организации.
	Тема 3.2. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности

Наименование дисциплины	<i>Правовые основы внешнеэкономической деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы

<p>Основные понятия внешнеэкономической деятельности и источники правового регулирования</p>	<p>Тема 1. Основные характеристики внешнеэкономической деятельности Определение внешнеэкономической деятельности как единство всех элементов: внешнеторговой инвестиционной, инновационной деятельности. Тема 2. Источники правового регулирования внешнеэкономической деятельности: понятие и виды Правовая основа внешнеэкономической деятельности. Классификация источников права. Национально – правовое регулирование внешнеэкономической деятельности. Конституция и ее влияние на внешнеэкономическую деятельность. Тема 3. Субъекты внешнеэкономической деятельности Предпринимательская деятельность и ее правовая регламентация российским законодательством. Организационно-правовые формы юридических лиц. Международные организации и их участие во внешнеторговом обороте. Государство как участник внешнеэкономической деятельности.</p>
<p>Основные понятия внешнеэкономической деятельности и источники правового регулирования.</p>	<p>Тема 1. Основные характеристики внешнеэкономической деятельности Определение внешнеэкономической деятельности как единство всех элементов: внешнеторговой инвестиционной, инновационной деятельности. Тема 2. Источники правового регулирования внешнеэкономической деятельности: понятие и виды Правовая основа внешнеэкономической деятельности. Классификация источников права. Национально – правовое регулирование внешнеэкономической деятельности. Конституция и ее влияние на внешнеэкономическую деятельность. Тема 3. Субъекты внешнеэкономической деятельности Предпринимательская деятельность и ее правовая регламентация российским законодательством. Организационно-правовые формы юридических лиц. Международные организации и их участие во внешнеторговом обороте. Государство как участник внешнеэкономической деятельности.</p>

<p>Меры правового регулирования внешнеэкономической деятельности</p>	<p>Тема 4. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности Понятие и виды таможенно–тарифного регулирования. Методы таможенноправового регулирования Юридические основания государственной политики в сфере таможенно-тарифного регулирования. Тема 5. Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности как средство обеспечения внутриэкономической стабильности. Классификация нетарифных методов регулирования внешнеэкономической деятельности: меры прямого ограничения, специально-защитные меры. Валютный контроль и валютные ограничения как метод нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности.</p>
<p>Международно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности</p>	<p>Тема 6. Международные акты Международное – правовое регулирование внешнеэкономической деятельности. Конвенция как основной акт международно-правового регулирования внешнеэкономической деятельности. Тема 7. Нормативно - правовое регулирование договора международной купли – продажи Основные положения венской конвенции о договорах международной купли-продажи. Правила Инкотермс. Тема 8. Иностраннные инвестиции и механизмы их регулирования. Понятие иностранного инвестора. Инвестиционная политика государства. Правовой статус иностранного инвестора. Иностраннные некоммерческие организации как субъект инвестиционной деятельности. Тема 9. Урегулирование споров при осуществлении внешнеэкономической деятельности Международный торговый арбитраж. Медиация как форма разрешения экономических споров.</p>

<p>Наименование дисциплины</p>	<p><i>Страхование во внешнеэкономической деятельности</i></p>
<p>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</p>	<p>3/108</p>
<p>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</p>	
<p>Разделы</p>	<p>Темы</p>
<p>Раздел 1. Экономическая сущность страхования: его принципы и функции.</p>	<p>Тема 1. Страхование внешнеэкономической деятельности в системе страховых отношений</p>
<p>Раздел 2. Теория и практика управления риском в страховании</p>	<p>Тема 2. Риски во внешнеэкономической деятельности и их страхование. Страхование рисков, связанных с инвестициями. Перестрахование и его роль в международных экономических отношениях.</p>
<p>Раздел 3. Страховые правоотношения сторон и системы страхования.</p>	<p>Тема 3. Типовые контракты в страховании внешнеэкономической деятельности</p>

Раздел 4. Страхование внешнеэкономической деятельности.	Тема 4. Транспортное страхование грузов в международном товарообороте. Морское страхование. Страхование ответственности, применяемое в международных экономических отношениях.
---	--

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

К.э.н., Зав.каф. прикладной
экономики

Должность, БУП



Подпись

А.А.Островская

Фамилия И.О.