

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.12.2024 09:55:21

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Конъюнктурно-ценовая работа на внешних рынках**

Направление 38.03.01 Экономика

Направленность 38.03.01.19 "Внешнеэкономическая деятельность предприятий"

Для набора 2021 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Мировая экономика и международные отношения**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.т.н., доцент, Сеферян Л.А.

Зав. кафедрой: д.э.н., доц. Э.А. Исраилова

Методический совет направления: к.э.н., доцент Андреева О.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является получение навыков сбора, систематизации вторичной информации и анализа конъюнктуры товарных рынков как первого этапа маркетингового
1.2	исследования, изучение тенденций развития международной торговли товарами и услугами, механизма ценообразования на мировых рынках; овладение студентами методами анализа и
1.3	прогнозирования конъюнктуры внешних рынков с использованием прикладных офисных программ; определение роли России на мировых рынках; приобретение практического опыта подготовки
1.4	отчета по итогам конъюнктурного исследования рынка.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

способы обобщения и критического оценивания результатов, полученных исследователями, а также выявления перспективных направлений исследований; эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

выявлять перспективные направления исследования, предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

Владеть:

навыки обобщения и критического оценивания экономических показателей (соотнесено с индикатором ПК-1.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1.

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Тема 1. Конъюнктура: понятие, сущность, содержание 1. Сущность понятия «конъюнктура» 2. Виды конъюнктуры: политическая, социальная, психологическая, экономическая и рыночная конъюнктуры 3. Сущность конъюнктурной политики. 4. Методы конъюнктурной политики /Лек/ / Лек /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.2	Тема 1. Конъюнктура: понятие, сущность, содержание 1. Сущность понятия «конъюнктура» 2. Виды конъюнктуры: политическая, социальная, психологическая, экономическая и рыночная конъюнктуры 3. Сущность конъюнктурной политики. 4. Методы конъюнктурной политики /Пр/ / Пр /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.3	Тема 1. Конъюнктура: понятие, сущность, содержание 1. Сущность понятия «конъюнктура» 2. Виды конъюнктуры: политическая, социальная, психологическая, экономическая и рыночная конъюнктуры 3. Сущность конъюнктурной политики. 4. Методы конъюнктурной политики /Ср/ / Ср /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.4	ТЕМА 2. Экономическая и рыночная конъюнктура 1. Понятие и сущность экономической конъюнктуры. 2. Понятие и сущность рыночной конъюнктуры. 3. Отличие рыночной конъюнктуры от экономической конъюнктуры /Лек/ / Лек /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.5	ТЕМА 2. Экономическая и рыночная конъюнктура 1. Понятие и сущность экономической конъюнктуры.	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

	2.Понятие и сущность рыночной конъюнктуры. 3. Отличие рыночной конъюнктуры от экономической конъюнктуры /Пр/ / Пр /				
1.6	ТЕМА 2. Экономическая и рыночная конъюнктура 1. Понятие и сущность экономической конъюнктуры. 2. Понятие и сущность рыночной конъюнктуры. 3. Отличие рыночной конъюнктуры от экономической конъюнктуры /Ср// Ср /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.7	Тема 3. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках. 1. Характеристика мировых и контрактных цен 2. Организация конъюнктурно-ценовой работы 3. Методические рекомендации по расчетам внешнеторговых цен. 4. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках. / Лек /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.8	Тема 3. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках. 1. Характеристика мировых и контрактных цен 2. Организация конъюнктурно-ценовой работы 3. Методические рекомендации по расчетам внешнеторговых цен. 4. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках. /Пр/ / Пр /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.9	Тема 3. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках. 1. Характеристика мировых и контрактных цен 2. Организация конъюнктурно-ценовой работы 3. Методические рекомендации по расчетам внешнеторговых цен. 4. Цены и ценообразование на мировых товарных рынках./Ср/ / Ср /	6	6	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.10	Тема 4. Закономерности формирования экономической конъюнктуры 1. Конъюнктурообразующие факторы. 2. Условия формирования конъюнктуры. 3. Механизм формирования конъюнктуры. /Лек// Лек /	6	6	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.11	Тема 4. Закономерности формирования экономической конъюнктуры 1. Конъюнктурообразующие факторы. 2. Условия формирования конъюнктуры. 3. Механизм формирования конъюнктуры. /Пр/ / Пр /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.12	Тема 4. Закономерности формирования экономической конъюнктуры 1. Конъюнктурообразующие факторы. 2. Условия формирования конъюнктуры. 3. Механизм формирования конъюнктуры. /Ср/ / Ср /	6	4	ПК-1	
1.13	Тема 5. Оценка сферы потребления и рынка труда 1. Личное потребление как конъюнктурообразующий фактор. 2. Оценка рынка труда и занятости. /Лек// Лек /	6	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.14	Тема 5. Оценка сферы потребления и рынка труда 1. Личное потребление как конъюнктурообразующий фактор. 2. Оценка рынка труда и занятости. /Пр// Пр /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.15	Тема 5. Оценка сферы потребления и рынка труда 1. Личное потребление как конъюнктурообразующий фактор. 2. Оценка рынка труда и занятости. /Ср// Ср /	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.16	Тема 6. Финансовая конъюнктура 1. Общая характеристика макрофинансовой конъюнктуры. 2. Рынок денег: спрос и предложение. Равновесие денежного рынка. Конъюнктурное значение основных денежных и кредитных показателей. 3. Особенности конъюнктуры современных валютных рынков. 4. Роль внешнеторговой конъюнктуры в оценке общеэкономического состояния государства	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

	/Лек/ / Лек /				
1.17	<p>Тема 6. Финансовая конъюнктура</p> <p>1. Общая характеристика макрофинансовой конъюнктуры.</p> <p>2. Рынок денег: спрос и предложение. Равновесие денежного рынка. Конъюнктурное значение основных денежных и кредитных показателей.</p> <p>3. Особенности конъюнктуры современных валютных рынков.</p> <p>4. Роль внешнеторговой конъюнктуры в оценке общеэкономического состояния государства</p> <p>/Пр/ / Пр /</p>	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.18	<p>Тема 6. Финансовая конъюнктура</p> <p>1. Общая характеристика макрофинансовой конъюнктуры.</p> <p>2. Рынок денег: спрос и предложение. Равновесие денежного рынка. Конъюнктурное значение основных денежных и кредитных показателей.</p> <p>3. Особенности конъюнктуры современных валютных рынков.</p> <p>4. Роль внешнеторговой конъюнктуры в оценке общеэкономического состояния государства</p> <p>/Ср/ / Ср /</p>	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.19	<p>Тема 7. Ценовая конъюнктура и особенности современного ценообразования</p> <p>1. Цена как конъюнктурообразующий фактор и форма проявления конъюнктуры.</p> <p>2. Основные разновидности рыночных цен.</p> <p>/Лек/ / Лек /</p>	6	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.20	<p>Тема 7. Ценовая конъюнктура и особенности современного ценообразования</p> <p>1. Цена как конъюнктурообразующий фактор и форма проявления конъюнктуры.</p> <p>2. Основные разновидности рыночных цен.</p> <p>/Пр/ / Пр /</p>	6	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.21	<p>Тема 7. Ценовая конъюнктура и особенности современного ценообразования</p> <p>1. Цена как конъюнктурообразующий фактор и форма проявления конъюнктуры.</p> <p>2. Основные разновидности рыночных цен.</p> <p>/Ср/ / Ср /</p>	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.22	<p>Тема 8. Биржевая конъюнктура и конъюнктура рынка ценных бумаг</p> <p>1. Общая характеристика и методы оценки фондового рынка.</p> <p>2. Основы функционирования биржи и роль биржевых индексов в конъюнктурном анализе</p> <p>/Лек/ / Лек /</p>	6	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.23	<p>Тема 8. Биржевая конъюнктура и конъюнктура рынка ценных бумаг</p> <p>1. Общая характеристика и методы оценки фондового рынка.</p> <p>2. Основы функционирования биржи и роль биржевых индексов в конъюнктурном анализе</p> <p>/Пр/ / Пр /</p>	6	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.24	<p>Тема 8. Биржевая конъюнктура и конъюнктура рынка ценных бумаг</p> <p>1. Общая характеристика и методы оценки фондового рынка.</p> <p>2. Основы функционирования биржи и роль биржевых индексов в конъюнктурном анализе</p> <p>/Ср/ / Ср /</p>	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.25	<p>Тема 9 Конъюнктура рынка недвижимости.</p> <p>1. Спрос на недвижимость.</p> <p>2. Предложение на рынке недвижимости.</p> <p>3. Взаимодействие спроса и предложения на рынке недвижимости.</p> <p>/Лек/ / Лек /</p>	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.26	<p>Тема 9 Конъюнктура рынка недвижимости.</p> <p>1. Спрос на недвижимость.</p> <p>2. Предложение на рынке недвижимости.</p> <p>3. Взаимодействие спроса и предложения на рынке недвижимости.</p> <p>/Пр/ / Пр /</p>	6	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

1.27	Тема 9 Конъюнктура рынка недвижимости. 1. Спрос на недвижимость. 2. Предложение на рынке недвижимости. 3. Взаимодействие спроса и предложения на рынке недвижимости. /Ср// Ср /	6	10	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.28	Зачет / Зачёт /	6	0	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Мантусов, В. Б., Журова, А. В., Кусков, А. Н., Бударина, Н. А., Жариков, М. В., Ткаченко, М. Ф., Мантусова, В. Б.	Международный бизнес: учебник	Москва: Российская таможенная академия, 2017	https://www.iprbookshop.ru/84853.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Дайнеко, А. Е., Вертинская, Т. С., Береснев, Д. В., Абрамчук, Н. А., Шведко, П. В., Червинский, Е. А., Трубицына, Е. В., Коледа, О. А., Никитина, Э. И.	Внешняя торговля Республики Беларусь в условиях вступления в ВТО и евразийской интеграции	Минск: Белорусская наука, 2013	https://www.iprbookshop.ru/29434.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Мантусов, В. Б., Ткаченко, М. Ф.	Анализ и конъюнктура мировых рынков товаров и услуг: учебное пособие	Москва: Российская таможенная академия, 2018	https://www.iprbookshop.ru/93173.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Воробьева, Н. В., Грачева, Д. О., Орел, Ю. В., Тельнова, Н. Н., Тенищев, А. В.	Состояние и перспективы развития основных товарных направлений мировых рынков: монография	Ставрополь: АГРУС, 2021	https://www.iprbookshop.ru/121702.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Лев М. Ю.	Цены и ценообразование: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683324 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИПС "Консультант+"

ИПС "Гарант"- <https://www.garant.ru/>

База статистических данных Росстата (<http://www.gks.ru/>)

База данных Всемирного Банка (<https://datacatalog.worldbank.org/>)

База данных Международного валютного фонда (<http://www.imf.org/external/russian/index.htm>)

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты			
<p><i>Знать</i> способы обобщения и критического оценивания результатов, полученных исследователями, а также выявления перспективных направлений исследований; эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	<p>Решает тестовое задание; формулирует ответы на поставленные вопросы на зачете; выбирает тему доклада, соответствующую современным направлениям развития трансграничной онлайн-торговли</p>	<p>Правильность выполнения тестового задания; полнота и содержательность ответа на зачете; соответствие темы и содержания доклада современным направлениям б условиях регистрации на маркетплейсах, продвижения продукции на них, работы с платежами, доставкой, лояльностью покупателей; обоснованность обращения к источникам Интернет-аналитики;</p>	<p>Т - тесты (1-9), Д - Доклад (1-3), З - Зачет (1-25)</p>
<p><i>Уметь</i> выявлять перспективные направления исследования, предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию</p>	<p>Анализирует избранную тему доклада, применяя понятийно-категориальный аппарат в области внешнеэкономической деятельности, решает практико-ориентированные задания по условиям выбора канала и способа интернет-торговли участвует в групповом задании, проводя маркетингового исследования, анализ данных интернет-аналитики, готовит сравнительный обзор глобальных, отраслевых и локальных онлайн-</p>	<p>Полнота раскрытия темы доклада, логика изложения; умение приводить примеры; обоснованность выбора и правильность использования инструментальных средств для решения практико-ориентированных заданий, участие в групповой работе и полнота подготовленного отчета</p>	<p>Д - доклад (4-29), ПОЗ – практико-ориентированные задания(1-3), ГТЗ - Групповое творческое задание З - зачет (1-25)</p>

	площадок под конкретное предприятие –участника ВЭД в РФ.		
<i>Владеть</i> навыки обобщения и критического оценивания экономических показателей	Выполняет групповое задание на конкретном примере, использует основы экономических знаний о внешнеэкономической деятельности при его выполнении интерпретирует полученные результаты решения практико-ориентированного задания.	Подготовленное в соответствии с требованиями групповое задание, аргументированное отстаивание своей позиции; анализ и интерпретация полученных результатов решения практико-ориентированного задания.	Т - тесты (10-20) ПОЗ - Практико-ориентированные задания (1-3), ГТЗ - Групповое творческое задание

1.2. Шкалы оценивания:

Форма контроля по данной дисциплине – устный зачет.

50-100 баллов (зачтено)

0-49 баллов (не зачтено).

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

Вопросы к зачету

1. Конъюнктура национального хозяйства, мировой экономики, мировых товарных рынков - факторы, определяющие ее формирование и развитие.
2. Показатели, характеризующие развитие общеэкономической конъюнктуры национальной экономики и мирового хозяйства.
3. Индикаторы состояния и развития мировых товарных рынков.
4. Источники информации о состоянии и развитии национальной экономики отдельных стран, конъюнктуре мирового хозяйства и основных мировых товарных рынков.
5. Тенденции развития глобальной мировой хозяйственной структуры.
6. Географическое распределение мирового товарообмена.
7. Формирование и развитие товарной структуры международной торговли.
8. Современные формы регулирования международной торговли товарами на наднациональном и региональном уровнях.
9. Определение понятия "мировая цена". Виды цен мирового рынка.
10. Основные закономерности и особенности динамики цен мирового рынка по основным товарным группам.
11. Формирование и изменение стоимостных пропорций мирового обмена.
12. Мировые цены как база расчета цен внешнеторговых контрактов.

13. Технологическая зависимость понятий "мировая цена - контрактная цена - таможенная стоимость".

14. Виды цен международной торговли, привлекаемые в качестве исходной информации о ценах мирового рынка.

15. Коммерческие и технико-экономические поправки, вносимые в расчет контрактных цен.

16. Основные факторы формирования и развития конъюнктуры мировых рынков сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

17. Географическое распределение международной торговли аграрным сырьем и продовольствием.

18. Фирменная структура мирового рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

19. Особенности государственного регулирования национальной и международной торговли аграрной продукцией и продовольствием.

20. Формирование и динамика мировых цен на рынке сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

21. Отраслевые особенности формирования и развития конъюнктуры мировых рынков промышленного сырья и полуфабрикатов.

22. Страновое распределение в группе основных производителей, экспортеров, потребителей и импортеров продукции добывающей промышленности и полуфабрикатов.

23. Монополизация рынка промышленного сырья и полуфабрикатов и его фирменная структура.

24. Регулирование международной торговли промышленным сырьем и полуфабрикатами на многостороннем уровне.

25. Особенности ценообразования и динамики цен международной торговли промышленным сырьем и полуфабрикатами по основным товарным группам.

Максимальное количество баллов – 100.

Критерии оценивания:

50-100 баллов (зачтено) - выставляется студенту при наличии твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

0-49 баллов (не зачтено) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике

Тестовые задания

1. Инструментами влияния государства на внешнеторговые цены не являются:

1. экспортные субсидии;
2. добровольное экспортное ограничение;
3. квоты;

2. Единство отношений владения и распоряжения в их экономическом содержании имеет место, когда:
 1. Предприниматель использует не принадлежащие ему средства производства
 2. Собственник разрешает использовать принадлежащие ему блага
 3. Хозяйственник и собственник персонифицированы в одном и том же лице
 4. Работник отделён от средств производства
3. Единство отношений владения и распоряжения в их экономическом содержании имеет место, когда:
 1. циклические
 2. погодные условия
 3. стихийные бедствия
4. Различают конъюнктуру:
 1. общехозяйственную и отраслевую .
 2. низкую, текущую, товарную.
 3. общую и специализированную.
5. Основные показатели для исследования конъюнктуры рынка, входящие в группу данных о состоянии производства это:
 1. динамика ВВП
 2. динамика промышленного производства
 3. динамика ставок учетного процента
 4. уровень загрузки производственных мощностей
 5. динамика капиталовложений
 6. динамика производительности труда
6. Прогноз мирового рынка это:
 1. несколько вариантов предположений, какие товары, из каких стран и какого качества будут востребованы на рынке.
 2. это расчет математическими методами ценовой политики государств и мирового рынка
7. Анализ конъюнктуры рынка состоит из:
 1. пяти этапов.
 2. двух этапов.
 3. трех этапов.
8. К методам международной торговли относятся:
 1. таможенный тариф и акцизы.
 2. таможенный тариф
 3. таможенные пошлины.
9. Основной формой функционирования мирового рынка является:
 1. производство
 2. спрос
 3. конкуренция
 4. реализация
 5. распределение
10. Основные конъюнктурообразующие факторы это:

1. циклические
2. внециклические
3. государственное регулирование экономики
4. степень монополизации рынка

11. Отметьте основные методы прогнозирования конъюнктуры из ниже перечисленных:

1. метод «глупого следования за конкурентом»
2. затратный метод
3. метод экстраполяции
4. метод экспертных оценок
5. метод «снятия сливок»
6. метод эконометрических моделей

12. Основные показатели для исследования конъюнктуры, входящие в группу данных о ценах являются:

1. динамика оптовых цен производителей и потребителей товаров на внутреннем и мировом рынках
2. динамика производительности труда уровень инфляции
3. изменение курсов валют степень монополизации отдельных рынков
4. данные о портфеле заказов величина товарных запасов

13. К постоянно-действующим факторам, которые оказывают влияние на конъюнктуру рынков относятся:

1. изменение внешних условий развития мировой экономики сезонность
2. сезонность
3. политические, экономические кризисы

14. Долгосрочный прогноз бывает:

1. всегда точным и предсказуемым.
2. не всегда точным и оправданным, но он необходим при определении стратегии развития фирмы, отрасли, рынка.

15. Отличительными чертами прогноза от плана являются:

1. План имеет конкретный, а прогноз - вероятностный характер.
2. В разработке плана, как правило, первоначально идет стадия разработка прогноза.
3. План носит директивный характер, прогноз - рекомендательный.
3. В разработке плана, как правило, первоначально идет стадия разработка прогноза.

16. Конъюнктура это:

1. наука, изучающая явления экономической жизни конечный процесс циклического воспроизводства, находит свое проявление в динамике промышленного производства капиталовложений, в колебаниях цен и учетного процента внутренней и внешней торговли и других экономических показателей
2. соотношение спроса и предложения совокупность факторов производства

3. совокупность условий и факторов, которые определяют развитие мировой экономики, экономическое положение одной отрасли, отдельно взятой страны,
17. Подчеркните основные экономические факторы, влияющие на конъюнктуру:
1. инфляционные процессы
 2. уровень процентных ставок
 3. дефицит государственного бюджета
 4. внутренний инвестиционный спрос
 5. состояние платежного баланса страны
 6. состояние внешней задолженности.
18. Прогноз конъюнктуры рынка это:
1. это расчет математическими методами ценовой политики государств и мирового рынка
 2. несколько вариантов предположений, какие товары, из каких стран и какого качества будут востребованы на рынке.
 3. это текущее состояние мировых рынков
 4. научно обоснованное суждение о возможных вариантах состояния объекта в прогнозируемом периоде, а горизонт прогноза - это срок, на который мы составляем прогноз.
19. Отметьте основные методы прогнозирования конъюнктуры из ниже перечисленных:
1. инфляционные процессы состояние внешней задолженности.
 2. уровень процентных ставок
 3. дефицит государственного бюджета
 4. состояние платежного баланса страны
 5. состояние внешней задолженности.
20. Отметьте основные черты мирового рынка:
1. межгосударственное перемещение товаров является вторичной категорией теории мировой экономики является причиной возникновения международной конкуренции
 2. выбраковка из международного обмена товаров, не соответствующих международным стандартам качества при конкурентных ценах
 3. информационная функция показывает совокупный спрос
 4. предложение, через которые производитель оценивает и адаптирует показатели
 5. является вторичной категорией теории мировой экономики
 6. является первичной категорией теории мировой экономики

Максимальное количество баллов – 25.

Критерии оценки:

- 25-20 баллов выставляются студенту, если он дал 80% правильных ответов;
- 19-14 баллов выставляются студенту, если он дал 70% правильных ответов;

- 13-8 баллов выставляются студенту, если он дал 51% правильных ответов;
- 7-0 балла выставляются студенту, если он дал менее 50% правильных ответов.

Практико-ориентированные задания

Задание 1. Наиболее сложными в экономике и значимыми компонентами в практике управления являются проблемы ценообразования, поскольку состояние конъюнктуры рынка и закономерности развития экономики ярче всего отражаются в цене. В этой связи важное значение имеют вопросы, связанные с природой, сущностью и функциями цены. В процессе реализации учетно-измерительной функции цена близка к своей затратной (стоимостной) основе, а в ходе выполнения функции сбалансированности спроса и предложения, наоборот, отклоняется от нее. Поясните, имеет ли место противоречие между двумя функциями? Если вы согласны, то объясните реализацию обеих функций на практике.

Задание 2. С одной точки зрения, в современных российских реалиях большинство классических ценовых положений маркетинга реализовать невозможно. С другой стороны, имеется повышенный интерес к изучению маркетинга в учебных заведениях, а также распространение литературы по данному направлению.

Представьте свою точку зрения касаясь изложенного вопроса.

Задание 3. Исследуя процессы формирования единого экономического пространства в России, специалисты отмечают, что по мере развития рыночных институтов тенденция расхождения цен производителей между регионами, начавшаяся с либерализации цен 1992 г., постепенно уступала место их сближению. В то же время имеются многочисленные свидетельства того, что рынки ряда товаров остаются преимущественно региональными. В качестве барьеров, препятствующих выравниванию цен, называют транспортный барьер, административные барьеры межрегиональной торговли, местное регулирование цен.

Приведите примеры рынков товаров и услуг с минимальным расхождением цен производителей по территории страны. Приведите примеры рынков товаров и услуг с максимальным расхождением цен производителей по территории страны. Какие известные вам статистические характеристики и методы исследований могут быть использованы для оценки степени расхождения цен? Как в данном случае проявляется стимулирующая функция цен?

Максимальное количество баллов – 20.

Критерии оценки:

- 20-10 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно заполнил таблицу с привлечением рекомендуемых ресурсов, обосновал полученный результат, ответил на все вопросы задания, построив верную аргументацию.
- 9-2 балла выставляется обучающемуся, если он с помощью других студентов или преподавателя заполнил таблицу с привлечением рекомендуемых ресурсов, частично

дал правильные ответы на вопросы задания, но аргументация отсутствует или не верна.

- 0-1 балла выставляется, если обучающийся не владеет темой и не может ответить ни на один вопрос и провести аргументацию ситуации.

Темы докладов

1. Цена как экономическая категория рынка. Основные функции цен.
2. Основные теории стоимости и цены.
3. Методология ценообразования, ее основные элементы и принципы.
4. Цели и задачи ценообразования.
5. Система цен, их классификация.
6. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы национальной экономики (в промышленности сельском хозяйстве, строительстве, в розничной торговле).
7. Оптовые цены, их виды и структура.
8. Розничные цены, их структура.
9. Характеристика основных элементов цены товара.
10. Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
11. Контрактные и справочные цены.
12. Цены в статистике. Ценовые индексы.
13. Внешнеторговые (экспортные, импортные) цены.
14. Виды цен в зависимости от территории действия.
15. Стратегии ценообразования.
16. Эластичность спроса по цене, ее использование на практике.
17. Основные типы рынков и ценообразование на них.
18. Этапы процесса ценообразования.
19. Основные методы ценообразования.
20. Бухгалтерские и предпринимательские (экономические) издержки, их состав.
21. Влияние прямых и косвенных затрат на цену товара.
22. Затратный и ценностный подходы в ценовой политике фирмы.
23. Содержание, цели и формы государственного регулирования цен.
24. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
25. Государственное регулирование цен и тарифов в России.
26. Механизм формирования стоимости и цен в здравоохранении.
27. Цена и ее функции, виды и принципы ценообразования.
28. Система цен и ценообразование в здравоохранении.
29. Методика расчета стоимости медицинских услуг.

Максимальное количество баллов - 10

Критерии оценки докладов:

Баллы	Описание
-------	----------

10-7	<p>1) во введение четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя;</p> <p>2) деление текста на введение, основную часть и заключение</p> <p>3) в основной части;</p> <p>3) логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис;</p> <p>4) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;</p> <p>5) правильно (уместно и достаточно) используются разнообразные средства связи (презентация);</p> <p>6) для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком;</p> <p>7) демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены.</p>
6-5	<p>1) во введение четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя;</p> <p>2) в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис;</p> <p>3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;</p> <p>4) уместно используются разнообразные средства связи (презентация);</p> <p>5) для выражения своих мыслей студент не пользуется упрощенно-примитивным языком.</p>
4-2	<p>1) во введение тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе;</p> <p>2) в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно;</p> <p>3) заключение выводы не полностью соответствуют содержанию основной части;</p> <p>4) недостаточно или, наоборот, избыточно используются средства связи</p> <p>5) для выражения своих мыслей студент не пользуется упрощенно-примитивным языком.</p>
1	<p>1) во введение тезис отсутствует или не соответствует теме эссе;</p> <p>2) в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы;</p> <p>3) выводы не вытекают из основной части;</p> <p>4) средства связи не обеспечивают связность изложения;</p> <p>5) отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение;</p> <p>6) язык работы можно оценить как «примитивный».</p>
0	<p>1) работа написана не по теме;</p> <p>2) в работе один абзац и больше позаимствован из какого-либо источника.</p>

Темы групповых творческих заданий

Тема: Разработка стратегии выхода на внешние рынки по каналам онлайн-торговли.

Задание выполняется в группе по 3-4 человека на примере конкретной компании.

Описание компании должно включать в себя следующее:

- 1) название организации;
- 2) виды деятельности; отдельно – структура и динамика экспортных/импортных операций;
- 3) масштаб деятельности (размер бизнеса);

- 4) регион базирования и операционной деятельности компании на внутреннем рынке;
- 5) ассортиментный портфель
- 6) страну/регион, куда ориентирована/где реализуется внешнеторговая деятельность компании;
- 7) другие данные, которые студенты считают необходимыми.

На основе данных сведений обосновывается стратегия онлайн-экспорта, включая:

- цели использования онлайн-канала продаж
- выбор целевых стран для экспорта по каналам онлайн торговли (на основе интернет-аналитики),
- модель торговли,
- выбираются способы торговли, конкретные маркетплейсы
- прописываются условия размещения товаров на выбранных маркетплейсах, включая модели взаимодействия.

Разработанная стратегия онлайн-экспорта защищается в форме презентации перед другими. По результатам проведенной работы ведется дискуссия в учебной группе.

Критерии оценки:

- 45-30 баллов выставляется обучающимся в рамках подгруппы, если они выполнили групповое задание, представив его в форме презентации и аргументировав полностью свою позицию с привлечением фактологического, статистического и практического материала. В ходе ответов на дополнительные вопросы выявляется вклад каждого участника подгруппы, что приносит ему дополнительные баллы
- 29-20 баллов выставляется обучающимся, если они выполнили групповое задание, представив его в форме презентации, но выстроили аргументацию недостаточно полно; либо достаточно полно аргументировали свою позицию с привлечением фактологического, статистического и практического материала, но не представили материал в форме презентации;
- 19-10 баллов выставляется, если обучающиеся выполнили групповое задание, недостаточно полно представив аргументацию, предоставили презентацию, но не показали командной работы и не ответили на дополнительные вопросы
- 9-0 баллов выставляется, если обучающиеся не владеют темой, не выполнили презентацию по заданию, по одиночке выполняли куски и не показали командной работы, не выполнили групповое задание

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации путем устного собеседования со студентом. Объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются правовые, организационные и методические основы организации трансграничной интернет-торговли: способы, каналы, правовые, валютно-финансовые условия, вопросы продвижения и фулфилмента, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки обоснованного выбора и структурирования алгоритмов организации онлайн-продаж на внешние рынки, проведения маркетингового исследования востребованности товара на зарубежных рынках, интерпретации и анализа правовых норм реализации трансграничной интернет-торговли, закрепляются полученные знания в рамках научно-практической работы над разработкой стратегии конкретного предприятия по выходу на внешние рынки через онлайн-каналы.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу, нормативно-правовые акты, регламентирующие реализацию внешнеэкономической деятельности;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- выполнить практико-ориентированные задания,
- подготовить групповые задания и защитить их при изучении соответствующей темы.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе занятий посредством тестирования, выполнения практико-ориентированных заданий и группового задания. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания для подготовки и написанию докладов

Доклад – творческое задание небольшого объема до 7-10 страниц, выполненное на основе изучения и обработки не менее 5 источников информации и представленное в виде презентации студенческому сообществу. Цель доклада состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, критического анализа и синтеза исследования, проводимых учеными, устного и письменного изложения собственных мыслей, что позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Доклад должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины и рекомендованных источников информации, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура доклада.

Титульный лист.

Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы. В зависимости от поставленного вопроса анализ источников и выработка собственной позиции автора проводится на основе следующих категорий: Причина - следствие, общее - особенное, форма - содержание, часть - целое, Постоянство - изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя содержанием разделы аргументацией (соответствующей подзаголовкам), необходимо в пределах параграфа ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д.

Методические указания по выполнению групповых творческих заданий

Группа студентов делится на подгруппы по 3-4 человека. Каждой подгруппой выбирается (либо предоставляется преподавателем) российская компания и для нее разрабатывается стратегия выхода на внешние рынки с использованием каналов онлайн-торговли.

Итогом работы является отчет, включающий в себя следующие разделы:

1. Описание компании. Тот раздел должен содержать следующее:

- 1) название организации;
- 2) виды деятельности; отдельно – структура и динамика экспортных/импортных операций;
- 3) масштаб деятельности (размер бизнеса);
- 4) регион базирования и операционной деятельности компании на внутреннем рынке;
- 5) ассортиментный портфель
- 6) страну/регион, куда ориентирована/где реализуется внешнеторговая деятельность компании;
- 7) другие данные, которые студенты считают необходимыми.

2. Стратегия онлайн-продаж на целевом рынке. На основе данных сведений обосновывается стратегия онлайн-экспорта, включая:

- цели использования онлайн-канала продаж

- выбор целевых стран для экспорта по каналам онлайн торговли (на основе интернет-аналитики),
- модель торговли,
- выбираются способы торговли, конкретные маркетплейсы
- прописываются условия размещения товаров на выбранных маркетплейсах, включая модели взаимодействия.

По итогам отчета формируется презентация разработанной стратегии онлайн-экспорта, которая защищается перед другими студентами. По результатам проведенной работы ведется дискуссия в учебной группе.