

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра управления и предпринимательства

УТВЕРЖДАЮ  
Декан экономического факультета



\_\_\_\_\_  
(подпись) Д.Ю. Брюханов

«18» мая 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«Практикум по разработке стратегии выхода на рынок КНР»**

Направление подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)  
«Россия, Китай и Юго-Восточная Азия: экономика, политика и бизнес (с изучением  
китайского языка)»

Форма обучения  
Очная

Программа одобрена  
на заседании кафедры  
от «11» мая 2022 г., протокол №8

Программа одобрена НМК  
экономического факультета  
протокол №5 от «11» мая 2022 г.

Ярославль, 2022

### 1. Цели освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, связанных с детальной проработкой экспортного проекта для выхода на рынок КНР.

### 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, ФТД. Факультативные дисциплины. Данная дисциплина основана на знаниях, полученных при изучении дисциплины «Экономика фирмы (продвинутый уровень)», «Политические системы и культуры в Юго-Восточной Азии», «Управление международной компанией», «Международная логистика и управление цепями поставок».

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
<b>Универсальные компетенции</b>		
<b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<b>УК-1.2.</b> Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	<b>Знать:</b> Методы проведения анализа внешней и внутренней среды организации <b>Уметь:</b> Осуществлять критический анализ проблемных ситуаций <b>Владеть:</b> Навыком разработки управленческих решений, направленных на решение проблемной ситуации
<b>Профессиональные компетенции</b>		
<b>ПК (НИ) – 1</b> Способен проводить исследования с целью выбора продуктовой ниши и разработки продуктовой стратегии на основе достоверной информации	<b>ПК (НИ) – 1.1</b> Проводит анализ продуктовых ниш с учетом тенденций развития технологий и потребительской среды, а также возможности выпуска продукции с новыми потребительскими качествами <b>ПК (НИ) – 1.2</b> Способен разработать продуктовую стратегию, основанную на продуктах, имеющих наилучшие рыночные перспективы <b>ПК (НИ) – 1.3</b> Осуществляет выбор круга стран для прове-	<b>Знать:</b> Методы исследований рынков на основе информации из открытых источников <b>Уметь:</b> Проводить CasDev для адаптации продуктов под потребителей Юго-Восточной Азии Разрабатывать продуктовую стратегию фирмы, основанную на потребительских качествах, соответствующих целевой аудитории <b>Владеть:</b>

	дения конкурентного анализа, выявляет ведущие страны на рынке конкретной продукции	Аналитическими приемами обработки информации; Навыками разработки продуктовой стратегии и моделирования комплекса маркетинга от потребностей целевой аудитории
--	--	---

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

##### Очная форма

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную ра- боту студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости  Форма промежуточной аттестации (по семестрам)  Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа					самостоятельная работа	
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестацион- ные испытания		
1	Выбор продукта для проекта	3		9				9	Выполнение комплекс- ного задания (разработка экспортного проекта)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>	3							
2	Экономика экспортного проекта	3		9				9	Выполнение комплекс- ного задания (разработка экспортного проекта)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>	3							
3	Маркетинг экспортного проекта	3		9				9	Выполнение комплекс- ного задания (разработка экспортного проекта)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>	3							
4	Логистика экспортного проекта	3		9				9	Выполнение комплекс- ного задания (разработка экспортного проекта)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>	3							
						2	0,5	33,5	экзамен
	<b>ИТОГО</b>		<b>0</b>	<b>36</b>		<b>2</b>	<b>0,5</b>	<b>69,5</b>	

#### Содержание разделов дисциплины:

##### Выбор продукта для проекта

- Современные условия и особенности ведения бизнеса с компаниями стран ЕАЭС, Европейского союза, Юго-Восточной Азии.

- Сравнение традиционных практик ведения бизнеса: восточной и западной.
- Характеристики и потенциал китайского рынка.
- Потенциальные покупатели в Китае. Механизмы поиска покупателей.
- Источники информации о товарах и производителях в Китае.
- Адаптация вкуса и внешнего вида продукта под запросы китайского потребителя.
- Сертификация.
- Обязательная маркировка товаров.

### **Экономика экспортного проекта**

- Расчет точки безубыточности проекта
- Оценка спроса на товар в КНР по открытым источникам
- Определение бизнес-модели проекта
- Расчет модели ценообразования для разных каналов сбыта
- Юнит-экономика

### **Маркетинг экспортного проекта**

- Анализ рынка
- Конкурентный анализ
- Предварительный анализ и предложения по форме выхода на рынок – партнерство, открытие филиала или др.
- Оценка необходимых финансовых вложений
- Предварительный таймлайн шагов по выходу на рынок
- Рекомендации к адаптации продукта для рынка
- Выбор каналов онлайн и офлайн маркетинга
- Составление контент-плана для соцсетей и составление техзадания для китайских блогеров
- Анализ и отбор выставок под бизнес-задачу
- Составление презентации и подготовка карточек товара для маркетплейсов

### **Логистика экспортного проекта**

- Выбор оптимального логистического маршрута
- Таможенное оформление грузов.
- Требование к документам для подтверждения таможенной стоимости товара.
- Таможенные платежи: порядок расчёта, уплаты и возврата.
- Ограничительные и заградительные меры при работе с Китаем.
- Финансовое обеспечение ВЭД.
- Структура и содержание внешнеторгового контракта.
- Формы и методы международных расчетов при внешнеторговых операциях.
- Базис поставки и условия оплаты.
- Разрешительная документация.
- Валютный контроль внешнеторговых операций.
- Варианты расчётов. Т/Т, LC, BLC, OA.
- Хеджирование валютных рисков.
- Система управления рисками при работе с Китаем, контроль качества.
- Страхование грузов.

## **5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Практическое (семинарское) занятие** – занятие, посвященное практической отработке у студентов конкретных умений и навыков при изучении дисциплины, закреплению полученных на лекции знаний и оценке результатов обучения в процессе текущего контроля.

На первом практическом занятии в вводной части дается первое целостное представление о дисциплине. Студенты знакомятся с назначением и задачами дисциплины, её ролью и местом в образовательной программе. При этом озвучиваются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы. Продолжительность вводной части составляет не более 10-15 минут.

При проведении практических занятий используются такие инновационные методы обучения, как диалог-собеседование, коллективное обсуждение тематических вопросов, разбор практических ситуаций, нормативных документов, теоретических и методических аспектов по темам дисциплины. Обсуждение и оценка правильности выполненных различного типа заданий, указанных в фонде оценочных средств рабочей программы, производится коллективно студентами под руководством преподавателя.

**Консультации** – вид учебных занятий, являющиеся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов в течение семестра. На консультациях по инициативе студентов рассматриваются и обсуждаются различные вопросы тематики дисциплины, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

## **6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- 1) для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:
  - программы Microsoft Office;
  - Adobe Acrobat Reader DC.

## **7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»  
[http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины**

### **а) основная литература**

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511984> (дата обращения: 25.02.2023).

2. Рубцова, Н. В. Анализ рыночных возможностей : учебное пособие для вузов / Н. В. Рубцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 175 с. — (Высшее образова-

ние). — ISBN 978-5-534-14910-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520174> (дата обращения: 25.02.2023).

#### **б) дополнительная литература**

1. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492893> (дата обращения: 24.01.2022).

2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05052-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493323> (дата обращения: 24.01.2022).

в) ресурсы сети «Интернет»:

1. Электронный каталог Научной библиотеки ЯрГУ ([https://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](https://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)).

2. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Юрайт» (<https://www.urait.ru>).

3. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Проспект» (<http://ebs.prospekt.org/>).

4. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>)

5. <http://www.marketing.spb.ru> - Маркетинговый портал «Энциклопедия маркетинга». На сегодняшний день наиболее полное собрание научных статей, книг и аналитических обзоров из области маркетинга. На сайте представлена обширная библиотека, структурированная по разделам маркетинга.

6. <http://marketing.rbc.ru/> - на сайте представлены аналитика и обзоры рынков, проведенные компанией росбизнесконсалтинг

7. <http://raexpert.ru/> - RAEX («Эксперт РА») – крупнейшее в России международное рейтинговое агентство с 20-летней историей. RAEX («Эксперт РА») является лидером в области рейтингования, а также исследовательско-коммуникационной деятельности.

8. <https://cloud.yandex.ru/services/datalens> - это сервис для бизнес-аналитики. Сервис позволяет подключаться к различным источникам данных, строить визуализации, собирать дашборды и делиться полученными результатами. С помощью Yandex DataLens вы можете отслеживать продуктовые и бизнес-метрики напрямую из источников, чтобы принимать решения, основанные на данных. Yandex DataLens не тарифицируется.

9. <https://as-pacific.com/blog> - контент, предоставляемый digital-агентством Asia Pacific, содержит большое количество публикаций об особенностях маркетинга в КНР.

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Доцент кафедры управления и  
предпринимательства

---

*должность, ученая степень*

---

*подпись*

Н.А. Старкова

---

*И.О. Фамилия*

## **Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины «Практикум по разработке стратегии выхода на рынок КНР»**

### **Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов по дисциплине**

#### **1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, ха- рактеризующих этапы формирования компетенций**

##### **1.1 Контрольные задания и иные материалы, используемые в процессе текущей аттестации**

Текущий контроль осуществляется на основе выполнения комплексного задания (разработка экспортного проекта), которое подразумевает поэтапную разработку экспортного проекта на китайский рынок и его последующую защиту.

На практических занятиях студент разрабатывает часть проекта в следующей последовательности:

#### **Выбор продукта для проекта**

- Современные условия и особенности ведения бизнеса с компаниями стран ЕАЭС, Европейского союза, Юго-Восточной Азии.
- Сравнение традиционных практик ведения бизнеса: восточной и западной.
- Характеристики и потенциал китайского рынка.
- Потенциальные покупатели в Китае. Механизмы поиска покупателей.
- Источники информации о товарах и производителях в Китае.
- Адаптация вкуса и внешнего вида продукта под запросы китайского потребителя.
- Сертификация.
- Обязательная маркировка товаров.

#### **Экономика экспортного проекта**

- Расчет точки безубыточности проекта
- Оценка спроса на товар в КНР по открытым источникам
- Определение бизнес-модели проекта
- Расчет модели ценообразования для разных каналов сбыта
- Юнит-экономика

#### **Маркетинг экспортного проекта**

- Анализ рынка
- Конкурентный анализ
- Предварительный анализ и предложения по форме выхода на рынок – партнерство, открытие филиала или др.
- Оценка необходимых финансовых вложений
- Предварительный таймлайн шагов по выходу на рынок
- Рекомендации к адаптации продукта для рынка
- Выбор каналов онлайн и офлайн маркетинга



- Составление контент-плана для соцсетей и составление техзадания для китайских блогеров
- Анализ и отбор выставок под бизнес-задачу
- Составление презентации и подготовка карточек товара для маркетплейсов

### **Логистика экспортного проекта**

- Выбор оптимального логистического маршрута
- Таможенное оформление грузов.
- Требование к документам для подтверждения таможенной стоимости товара.
- Таможенные платежи: порядок расчёта, уплаты и возврата.
- Ограничительные и заградительные меры при работе с Китаем.
- Финансовое обеспечение ВЭД.
- Структура и содержание внешнеторгового контракта.
- Формы и методы международных расчетов при внешнеторговых операциях.
- Базис поставки и условия оплаты.
- Разрешительная документация.
- Валютный контроль внешнеторговых операций.
- Варианты расчётов. Т/Т, LC, BLC, OA.
- Хеджирование валютных рисков.
- Система управления рисками при работе с Китаем, контроль качества.
- Страхование грузов.

*Результат защиты проекта* – максимум 50 баллов. Оценка представленного проекта осуществляется в соответствии со следующими критериями:

#### **Актуальность выбранной темы проекта с точки зрения целей развития организации**

- Проект несет исключительно формально-отчетную ценность (0 баллов)
- Проект актуален для общего развития организации (5 баллов)
- Проект актуален для стратегического развития организации (10 баллов)

#### **Реализуемость проекта с точки зрения указанных возможностей автора, проработки содержания и условий его запуска, получения результатов**

- Проект не может быть реализован, в описании нет подтверждения возможностей для реализации или допущены критические ошибки в описании условий для реализации (0 баллов)
- Проект может быть реализован при условии исправлении некоторых ошибок в планировании ресурсов и этапов работы (15 баллов)
- Проект имеет четко продуманные схемы реализации и ясные критерии оценки результативности, учтены риски реализации (30 баллов)

#### **Логическая связность описания проекта, раскрытие требований к описанию**

- В описании проекта есть существенные противоречия или большинство требуемых пунктов не описаны (0 баллов)
- В описании раскрыты не все пункты, отсутствует связность некоторых частей текста (5 баллов)
- Описание является полным с точки зрения требований и не содержит противоречий (10 баллов)

Оценка «отлично» – при наборе 40-50 баллов.

Оценка «хорошо» – при наборе 30-39 баллов.

Оценка «удовлетворительно» – при наборе 20-29.

Оценка «неудовлетворительно» – менее 20 баллов.

Информация для формулирования продукта проекта:

## **Экспорт и продажи товаров из России в Китае**

Товарооборот между Китайской Народной Республикой и Российской Федерацией начал стабильно расти с 2000 года. Это был достаточно быстрый рост, ведь уже к 2010 году Китай занял место лидера среди всех партнеров РФ по торговле. Причем Китай сохраняет это место и в данный момент.

В Совместном заявлении Китая и России 2014 года было отмечено, что страны и далее будут прикладывать все больше усилий по увеличению объема двустороннего оборота товаров, чтобы достигнут цифры 100 миллиардов долларов к 2015 году. Тем не менее, планы резко поменялись в связи с санкциями США и ЕС в отношении России. Задачу не вышло выполнить и через снижение цен на нефть во всем мире.

В 2015 году общий объем товарооборота между Россией и Китаем достиг 68,07 млрд долларов США, а в 2016 году - 69,225 млрд долларов США. В 2017 году рост несколько ускорился, благодаря чему оборот торговли между странами достиг 84,07 млрд долларов США.

В 2018 году показателем торговых отношений между Китаем и Россией стали 107,06 млрд долларов США. Таким образом, два государства смогли наконец-то превысить показатель 100 млрд американских долларов.

В 2019 году рост существенно замедлился и составил \$110,75 млрд. В 2020 году из-за пандемии коронавируса товарооборот фактически вернулся к показателям 2018 года - \$107,76 млрд.

Как осуществляется экспорт товаров в 2021-2022 годах

По результатам первых трех кварталов 2021 года товарооборот между РФ и КНР составил 102,529 миллиарда долларов. Если сравнивать этот показатель с прошлым годом, то данный показатель увеличился почти на 30%. Такие данные vyplывают из заявления главного управления таможни КНР.

Экспорт из КНР в РФ за отчетный период в годовом выражении увеличился более чем на 30% и составил 47,401 млрд долларов США. При этом экспорт из РФ в Китай увеличился на 27,6% (55,128 млрд долларов США).

По прогнозам экспертов, товарооборот между странами в 2022 году будет продолжать расти. Об этом говорят все показатели.

Статистические данные по экспорту в Китай из стран СНГ

За 2021 год экспорт в Китай из стран СНГ составил:

Украина - 4,28 млрд долларов США.

Казахстан - 9,73 млрд долларов.

Беларусь - 1,2 млрд долларов.

Таким образом, Китайская Народная Республика сегодня является фактически главным торговым партнером для большинства стран СНГ.

Какие товары наиболее популярные для экспорта в Китай из России

Что лучше всего экспортировать в Китай? Наиболее востребованы в этой стране сегодня сельхозпродукция, разнообразные полуфабрикаты, а также сырье для разнообразной промышленности.

**На китайский рынок из России сегодня рекомендуется поставлять следующие товары:**

Мука. Компаниям из КНР остро требуется мука самых разных сортов. Это связано с тем, что своих мощностей для производства в Китае слишком мало для полного удовлетворения достаточно большого спроса внутри страны.

Медь. Так как пару лет назад в РФ общий спрос на такой металл, как медь, упал, то это сырье вскоре большими партиями ушло в другие страны. За рубежом большой спрос на медь спровоцировала отмена государственной пошлины на катоды из этого материала. На дешевый продукт прежде всего внимание обратили различные страны из Азии, в частности КНР.

Куриные лапки. Это достаточно нестандартная продукция для бизнеса в России. Но она крайне популярна в Китае. При продаже такой продукции в КНР, можно смело делать большую наценку в 30%, так как в России она не популярна, но при этом имеет отличное качество. А последнее Китай очень ценит.

СБС-битум. Он используется для придания битумам нормальной эластичности при очень отрицательной температуре. Данный полимер обладает отличной гибкостью.

Лузга гречихи. За несколько лет компании, которые производят гречиху в КНР, сократили производство в два раза и продолжает падать. В то же время потребность в этом продукте увеличивается. Таким образом, в ближайшее время общий спрос на лузгу гречихи будет стабильным.

Подсолнечное масло. Экспорт данной продукции только стал набирать большие обороты. Данная ниша все еще не переполнена множественными конкурентами. На рынке есть и китайские компании, и зарубежные. Россия входит в ряд стран экспортеров такого масла, поэтому ее компании легко могут занять эту нишу в КНР.

Зерновые культуры. В Китае розничные цены на различные зерновые культуры гораздо больше российских. Большой спрос в Китайской Народной Республике на эту продукцию непосредственно влияет на ее ценообразование. Таким образом, продажа зерна в Китай – очень выгодное решение.

Конфеты и шоколад. Мировой спрос на сырье из шоколада ежегодно растет на 2%. К этому пришли эксперты известной аудиторской организации KPMG. В РФ сегодня отмечается тренд на этот продукт. По оценкам спрос покупателей на конфеты и шоколад в России будет стабильно увеличиваться с каждым годом. Это же в обязательном порядке ожидается и в Китае.

Минеральная вода. В Китае есть ощутимый дефицит источников минеральной воды. Поэтому страна закупает такую продукцию за рубежом. Согласно прогнозам многих уважаемых специалистов, спрос на воду в КНР в ближайшие пять-шесть лет непременно превысит предложение. Китайский рынок воды уже сейчас активно осваивается компаниями из России. Это обусловлено достаточно большой выгодой в ближайшем будущем.

Лом нержавеющей стали. Данный рынок сегодня все больше отделяется от обычных черных металлов. Он постепенно превращается в полноценную отдельную отрасль. Объем нержавеющей стали, полученной из лома, уже сегодня составляет почти половину от всей изготавливаемой на планете стали.

Кедровый орех. На экспорт в КНР из России в настоящее время попадает почти 90% ореха кедрового. Промышленность КНР занимается переработкой множества тонн продукции РФ. Причем основную ее часть затем продает в различные иные страны.

Сухое молоко. Потенциал так называемого сухого молока для импорта в Китайской Народной Республике как всегда очень высок. Благодаря этому переработчики из России получают совершенно удивительные возможности для успешного экспорта в далекую страну на востоке.

Соя. У РФ большой потенциал для повышения производства этого продукта. Развитие производственных мощностей легко смогло бы удовлетворить нужду в сое как внутри страны, так и в Китае, который считается одним из главных импортеров этой культуры.

Древесина. Самыми ценными для Китайской Народной Республики являются пиломатериалы из сибирских хвойных деревьев. Китайцы для производства, как правило, покупают необработанную доску. Кроме того, в КНР экспортируются и различные отходы деревообрабатывающей сферы.

Лен. Согласно прогнозам аналитиков, спрос на лен будет стабильно расти. Ведь спрос на фармацевтическую, пищевую, бумажную и текстильную продукцию падать не собирается. Мед и другие продукты пчеловодства. Пчелиный яд, мед и маточное молочко – это те продукты, к которым Китайская Народная Республика в последнее время проявляет значительную заинтересованность. Китайцы очень ценят различные лекарства и пищевые продукты, в основе которых перечисленные выше полезные компоненты.

Безалкогольные и алкогольные напитки. В КНР культура потребления населением различного вина и производных от него сложилась еще в давнее время. Однако за последние два года начался тренд на закупку намного большего выбора различной винно-водочной продукции. Относительно безалкогольных напитков, то здесь почти такая же ситуация. Выбрав товарную группу из выше описанного списка, можно действительно получить внушительный доход и обогатиться.

#### **Что нужно знать перед экспортом продукции в Китай**

Прежде чем начинать экспортировать в Китай различные товары, важно понимать и обязательно соблюдать законы этой далекой страны. Кроме того, необходимо принимать во внимание другие важные нюансы.

Строгие правила Китая. Правительство страны очень строго относится ко всем зарубежным фирмам. В особенности к тем, которые продают напитки и продукты питания. В первую очередь важно знать, что официальные правила и законы Китая в отношении импорта продукции достаточно часто меняются. Китайцы таким образом защищают как общественное здоровье и личную собственность, так и национальную безопасность, окружающую среду. Таким образом, чтобы без проблем экспортировать собственную продукцию на материковый Китай, важно обязательно соблюдать стандарты, которые выпускает Китайское управление по стандартизации (SAC).

Современная инфраструктура Китая. С точки зрения инфраструктуры и технологий эта страна достаточно сильно продвинута. Правительство КНР, являясь настоящим мировым центром, вложило огромные денежные средства в самые разные инфраструктуры (свыше двухсот семидесяти аэропортов, более двухсот шестидесяти центров обработки данных). Экспортировать товары в КНР можно в контейнерах, так как в там есть несколько полноценных международных морских портов.

Только следуя определенным правилам и законам КНР, можно наладить стабильный экспорт товаров из России.

#### **В чем преимущества экспорта товаров и услуг в Китай**

Китай в последние годы является одним из наиболее быстрорастущих рынков для зарубежных компаний и брендов. С растущим спросом на продукты премиум-класса и инновационные услуги открылся путь для новых тенденций.

Вместе с невероятной урбанизацией и повышением располагаемого дохода среди потребителей, которые ищут совершенно новые впечатления и свежие кулинарные вкусы, китайцы в настоящее время внезапно стали одними из наиболее ценных клиентов на международном уровне. Фактически, экспорт в Китай - это очень выгодное дело, так как там сегодня находится огромное количество людей, благосостояние которых с каждым днем только повышается.

Источник: <https://as-pacific.com/blog/category-vse-ob-eksporte-v-kitay/eksport-v-kitay/>

## **2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации**

Экзамен по дисциплине проводится в устной форме.

### **Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине**

Основные тренды маркетинга в Китае и Юго-Восточной Азии в 2022 году: тренд на диджитализацию, маркетинг поколений в Китае, главные тенденции в потребительском маркетинге, маркетинговая стратегия в Китае.

Потенциальные покупатели в Китае. Механизмы поиска покупателей.

Сертификация.

Оценка спроса на товар в КНР по открытым источникам

Юнит-экономика

Предварительный анализ и предложения по форме выхода на рынок – партнерство, открытие филиала или др.

Составление контент-плана для соцсетей и составление техзадания для китайских блогеров

Таможенное оформление грузов.

Финансовое обеспечение ВЭД.

Структура и содержание внешнеторгового контракта.

Формы и методы международных расчетов при внешнеторговых операциях.

Хеджирование валютных рисков.

Система управления рисками при работе с Китаем, контроль качества.

Страхование грузов.

.

## **Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Практикум по разработке стратегии выхода на рынок КНР»**

### **Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Посещение лекционных занятий и конспектирование рассматриваемых на них материалов является недостаточным условием для усвоения необходимых знаний по курсу. Каждый студент должен индивидуально готовиться по темам дисциплины, читая конспекты лекций, слайд-конспект лекций, рекомендуемую учебную и периодическую литературу, заучивая базовые определения, классификации, схемы и типологии. Самостоятельная работа позволяет студенту в спокойной обстановке подумать, разобраться с информацией по теме, при необходимости обратиться к справочной литературе. Внимательное чтение и повторение прочитанного помогает в полном объеме усвоить содержание темы, структурировать знания. Чтобы содержательная информация по дисциплине запоминалась надолго, целесообразно изучать ее поэтапно - по темам и в строгой последовательности, поскольку последующие темы, как правило, опираются на предыдущие. Именно поэтому большая часть самостоятельной работы приурочена к семинарским занятиям, которые проводятся на регулярной основе после лекционного изложения материала по теме.

При подготовке к семинарам, на которых предполагается проверка знаний в виде решения кейсов, целесообразно за несколько дней до занятия внимательно 1-2 раза прочитать нужную тему, попытавшись разобраться со всеми теоретическими положениями и примерами. Если возникли трудности, обратиться за помощью к учебной, справочной литературе или к преподавателю за консультацией. Всю накопленную по теме информацию желательно систематизировать, составив устно или письменно план-конспект ответа по каждому из вопросов. За день до семинара необходимо еще 1-2 раза прочитать тему, повторить определения основных понятий, классификации, структуры и другие базовые положения. Целесообразно так же подумать и приготовить презентацию, которая поможет визуализировать данные. При подборке иллюстративного материала можно обратиться к Интернет-источникам.

Выступление на семинарском занятии должно быть четким, аргументированным, не выходить за рамки проблемы и побуждать аудиторию к рассмотрению дискуссионных вопросов, указывая на собственную позицию. К подготовленному заранее тексту желательно обращаться лишь в случае цитирования. После основного выступления по вопросу возможны дополнения, поправки, дискуссия. Критические выступления должны быть корректны, доброжелательны. В конце семинарского занятия преподаватель подводит итоги решения кейса, анализирует допущенные ошибки и неточности, оценивает подготовку группы в целом и отдельных выступающих.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине состоит в более тщательном изучении предложенного преподавателем теоретического материала, данного на лекциях.

Задачи для самостоятельного решения формулируются на лекциях и практических занятиях. В качестве них дома студентам предлагаются кейсы или практические задания. Впоследствии решение этих заданий при наличии вопросов со стороны студентов разбирается на последующих занятиях.

Преподаватель оценивает индивидуально работу каждого студента на основании проведенных опросов, решения задач и промежуточных контрольных мероприятий.

#### **Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине**

Для самостоятельной работы рекомендуется пользоваться следующими ресурсами интернет:

<http://www.marketing.spb.ru/mr/> - представлены примеры маркетинговых исследований рынка по разным отраслям, подготовленные различными агентствами и консультантами. Все приведенные в исследованиях данные реальные и доступны бесплатно.

<http://marketing.rbc.ru/> - на сайте представлены аналитика и обзоры рынков, проведенные компанией росбизнесконсалтинг

<http://raexpert.ru/> - RAEX («Эксперт РА») – крупнейшее в России международное рейтинговое агентство с 20-летней историей. RAEX («Эксперт РА») является лидером в области рейтингования, а также исследовательско-коммуникационной деятельности. На сегодняшний день агентством присвоено более 800 индивидуальных рейтингов. Это 1-е место и более 45% от общего числа присвоенных рейтингов в России, 1-е место по числу рейтингов банков, страховых и лизинговых компаний, НПФ, микрофинансовых организаций, гарантийных фондов и компаний нефинансового сектора.

<http://www.4p.ru/main/theory/>

Портал, посвящен современным подходам в теории и практике маркетинга. Содержит материал о проводимых маркетинговых исследованиях. Большое внимание уделяется продвижению в Интернете.

<http://www.marketch.ru/>

Блог о маркетинге. Записки маркетолога. Эта подборка собиралась в течение нескольких лет и представляет собой авторские материалы, практические наработки и авторские кейсы.

<http://www.marketing.spb.ru/>

Маркетинговый портал «Энциклопедия маркетинга». На сегодняшний день наиболее полное собрание научных статей, книг и аналитических обзоров из области маркетинга. На сайте представлена обширная библиотека, структурированная по разделам маркетинга.

<http://www.fiolet-korova.ru/partizanskij-marketing/>

Сайт, посвященный методам «партизанского маркетинга». Представлены методы и технологии, а также отечественные и зарубежные примеры использования идей Сета Година.

<https://cloud.yandex.ru/services/datalens> - это сервис для бизнес-аналитики. Сервис позволяет подключаться к различным источникам данных, строить визуализации, собирать дашборды и делиться полученными результатами. С помощью Yandex DataLens вы можете отслеживать продуктовые и бизнес-метрики напрямую из источников, чтобы принимать решения, основанные на данных. Yandex DataLens не тарифицируется.

<https://as-pacific.com/blog> - контент, предоставляемый digital-агентством Asia Pacific, содержит большое количество публикаций об особенностях маркетинга в КНР.