Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Телегина Елизавета Ефимовна
Должность: Проректор по дополнительному образованию
Дата подписания: 12.11.2026 13:02:18
Уникальный программный ключ:
a7211ae173bc1dfc0c88b4df14de58ab7b2aabe5

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

Институт мировой экономики и бизнеса
(наименование структурного подразделения)

СОГЛАСОВАНО
Директор института мировой экономики и бизнеса
_____ / Пинчук В.Н.
подпись ФИО
« » _____ 2026 г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор
по дополнительному образованию РУДН
_____ / Телегина Е.Р.
подпись ФИО
« » _____ 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
(программа повышения квалификации)
«Africa Export Pro: акселерационная программа выхода компаний на рынки стран Африки»

Программа разработана на основе лицензии от 23.12.2014 № Л035-00115-77/00096931 ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» и на основе профессиональной части образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»

Цель обучения: повышение квалификации руководителей и специалистов ВЭД действующих компаний-экспортёров путём формирования специализированных компетенций по выходу на рынки стран Африки, содействие в организации бизнес-миссии в страны Африки для организации B2B встреч.

Категория слушателей: собственники бизнеса, руководители, специалисты внешнеэкономической деятельности экспортно-ориентированных малых и средних предприятий , имеющих диплом о высшем образовании (бакалавриат, специалитет, магистратура)

Объем программы: 120 *академических часов*

Форма обучения / применение ДОТ: Очно-заочная с применением ДОТ

Руководитель программы, должность:
доцент кафедры МЭО _____ Соколан Д.С.
подпись *ФИО*

Программа рассмотрена и утверждена на заседании ученого совета ДО РУДН (протокол от 24.09.2026г. № ДО-13)

Программа предназначена для собственников, руководителей и специалистов экспортно-ориентированных малых и средних предприятий, уже имеющих практический опыт экспорта на зарубежные рынки и планирующих расширить географию сбыта за счёт стран Африки.
Это акселерационная образовательная программа, реализующая принцип «от существующего экспорта к лидерству на африканских рынках». Данная программа концентрируется на специфике африканского направления: макроэкономическом ландшафте континента, региональных интеграционных объединениях (АфЗСТ, СВА, САДК, ЭКОВАС), режимах специальных экономических зон, валютно-финансовых ограничениях, логистических маршрутах, а также культурных особенностях ведения переговоров и бизнеса в странах Африки.
Практический фокус программы – выездной модуль в страны Африки с серией B2B-встреч и работой с торгпредствами Российской Федерации в Африке.

Цель программы: повышение квалификации руководителей и специалистов действующих компаний-экспортёров путём формирования специализированных компетенций по выходу на рынки стран Африки, анализа африканских товарных рынков и интеграционных объединений, таможенно-тарифного и нетарифного регулирования, валютно-финансового обеспечения сделок, адаптации продукта и маркетинга, а также ведения деловых переговоров с африканскими партнёрами.

Задачи программы:
1. Формирование навыков проведения комплексного анализа африканских товарных рынков с использованием международных баз данных внешнеторговой статистики и данных торговых представительств.
2. Изучение применимых тарифные преференции и режимы для товарной группы компании исходя из членства страны в континентальных и региональных интеграционных объединениях.
3. Изучение оценки нетарифных барьеров и выстраивание процедуры сертификации товара для рынков стран Африки.
4. Формирование навыков проектирования логистической цепочки поставки товаров в страны Африки и расчет совокупных издержек поставки.
5. Освоение модели присутствия на рынке, в том числе с использованием возможностей специальных экономических зон Африки.
6. Изучение валютно-финансового обеспечения сделки с учётом ограничений и альтернативных платёжных механизмов.
7. Обучение навыкам адаптации продукта, упаковки и маркетинговой коммуникации под климатические, языковые и культурные особенности африканских рынков.
8. Изучение практики ведения переговоров с африканскими покупателями, дистрибьюторами и представителями государственных органов с учётом деловой культуры региона.

В результате освоения программы слушатель сможет (профессиональные компетенции):

– ПК-1. Способность проводить комплексный анализ африканских товарных рынков и оценивать экспортный потенциал продукта компании применительно к конкретной стране региона.

– ПК-2. Способность разрабатывать и защищать комплексный план выхода на рынки стран Африки, включающий продуктовую, ценовую, логистическую, сертификационную, маркетинговую и партнёрскую составляющие с финансовым прогнозом.

– ПК-3. Способность применять нормы интеграционных объединений Африки и национального регулирования при планировании поставок.

– ПК-4. Готовность оценивать и нивелировать специфические риски африканского направления: валютные, логистические, регуляторные, страновые и репутационные.

– ПК-5. Владение техниками ведения международных переговоров и деловой переписки с учётом культурных особенностей стран Африки.

– ПК-6. Способность выстраивать долгосрочные партнёрские отношения с зарубежными контрагентами и институтами по итогам деловой миссии.

Содержание программы:

Тема 1. Мировой товарный рынок и африканское направление: анализ тенденций и регулирование.

Анализ текущих тенденций мирового рынка FMCG: системная оценка уровня потребления товаров повседневного спроса в мире и прогноз потребления исходя из динамики спроса, изменения уровня жизни населения и демографических показателей. Потребительские предпочтения в разных странах с точки зрения товара, упаковки и каналов продажи. Место стран Африки на рынке товаров FMCG, оборудования, удобрений и высокотехнологичной продукции: основные тенденции, структура рынка, перспективные направления.

Африка как единый рынок: макроэкономический ландшафт, характеристика населения, особенности регионов континента, специфика потребления. Континентальные и региональные интеграционные объединения – Африканская континентальная зона свободной торговли (АфЗСТ), Восточноафриканское сообщество (ВАС), Сообщество развития Юга Африки (САДК), Экономическое сообщество западноафриканских государств (ЭКОВАС) — и их влияние на ставки пошлин, требования к сертификации и движение товаров.

Общие принципы регулирования внешнеэкономической деятельности в Африке: таможенные союзы, национальные требования, валютный контроль, ограничения для нерезидентов. Специальные экономические зоны в Африке: условия ведения бизнеса, налогообложение, льготы для нерезидентов. Организация логистики товаров FMCG, оборудования, удобрений и

высокотехнологичной продукции в страны Африки из России. Особенности сертификации товаров FMCG в странах Африки.

Практическая часть темы включает практикум работы с международными базами данных внешнеторговой статистики (ITC Trade Map, Global Trade Tracker) и данными торговых представительств с применением инструментов искусственного интеллекта, интерактив «Карта преференций» по определению тарифных льгот для товарных групп, интерактив «Найди африканскую СЭЗ для своего товара», расчёт стоимости логистики и определение процедуры сертификации для собственного товара, а также B2B-встречи.

Тема 2. Коммерческая и маркетинговая подготовка к выходу на конкретный рынок стран Африки

Особенности рынка FMCG определенной страны Африки: структура и объём рынка, географическая структура поставок, торгово-экономическое сотрудничество России и страны Африки в сфере FMCG, оборудования, удобрений, высокотехнологичной продукции.

Таможенно-тарифное регулирование: ставки пошлин по товарным группам, расчёт таможенной стоимости и совокупных сборов при ввозе через ключевые порты. Валютно-финансовые аспекты экспорта в страны Африки: работа с местными банками, SWIFT, альтернативные платёжные системы, хеджирование валютных рисков.

Адаптация продукта и упаковки товара под страны Африки с учётом климата, условий хранения, визуального восприятия и языков. Разбор успешных и неудачных кейсов адаптации товаров под африканские рынки. Разработка маркетинговой стратегии. Цифровой маркетинг в Африке: WhatsApp Business, Facebook, Instagram, продвижение через мобильные платформы, работа с мобильными деньгами (M-Pesa, Airtel Money) в маркетинговых кампаниях, применение инструментов искусственного интеллекта. Особенности деловой коммуникации и переговоров с партнёрами из стран Африки: иерархия в компаниях, тайм-менеджмент, культура дарения подарков, этикет деловой переписки, особенности обсуждения цены.

Практическая часть темы включает «африканский разведывательный десант» (первичный анализ пригодности продукта компании для рынков стран Африки), разбор нетарифных барьеров, разработку маркетинговой стратегии и подбор маркетинговых инструментов, деловую игру «Проведи успешные переговоры с закупщиками и импортёрами из стран Африки» с участием африканских партнёров и экспертов-африканистов, подготовку к бизнес-миссии, фокус-группу из студентов стран Африки для тестирования продукта, упаковки и цены с фиксацией и последующим разбором реакции, а также разработку и защиту комплексного плана выхода на рынки Замбии и Танзании перед экспертным советом.

Тема 3. Бизнес-миссия в страны Африки.

Выездной модуль программы, реализуемый в 1-2 странах Африки. Встреча с представителями торгпредств, Посольства Российской Федерации и Русского

дома: обзор страновых условий, действующие меры поддержки российского экспорта, практика работы российских компаний в регионе.
Серия B2B-встреч с местными дистрибьюторами, ритейлерами и импортёрами, организуемых индивидуально под профиль продукта каждого слушателя. Деловая и культурная программа, обеспечивающая понимание странового контекста. Подведение итогов B2B-встреч и подготовка плана взаимодействия с африканскими компаниями на ближайший год.

Организационно-педагогические условия реализации программы:
Учебный процесс по программе обеспечивается профессорско-преподавательским составом, имеющим соответствующий уровень подготовки (признаваемые дипломы, сертификаты повышения квалификации) и (или) практический опыт внешнеэкономической деятельности на африканском направлении. К проведению практических занятий, деловых игр и разборов привлекаются эксперты-африканисты, действующие практики в области таможенного регулирования, международной логистики, сертификации, международного маркетинга и права, действующие экспортеры, а также носители деловой культуры стран Африки.
Оценочные и методические материалы:
Оценочные материалы включают в себя:
- прохождение онлайн-тестирования после каждой темы, состоящего из 15-20 вопросов открытого и закрытого типа – 30 баллов;
- домашние задания на межмодульный период – 30 баллов;
- защита итогового проекта вывода товара на рынки стран Африки – 40 баллов.

Примеры тестовых заданий:

Тема 1. Мировой товарный рынок и африканское направление: анализ тенденций и регулирование.

Тесты:

Вопрос 1. Какой из перечисленных факторов в наибольшей степени определяет рост потребления товаров FMCG в странах Африки южнее Сахары?

A) Снижение мировых цен на продовольствие
B) Быстрая урбанизация и рост численности среднего класса
C) Увеличение экспорта сырьевых товаров
D) Снижение импортных пошлин на готовую продукцию

Правильный ответ: B

Вопрос 2. Какое региональное интеграционное объединение включает в себя Танзанию и устанавливает общие внешние тарифы для своих членов?

A) ECOWAS (Экономическое сообщество стран Западной Африки)
B) EAC (Восточноафриканское сообщество)
C) SADC (Сообщество развития Юга Африки)
D) COMESA (Общий рынок Восточной и Южной Африки)

Правильный ответ: B

Вопрос 3. Африканская континентальная зона свободной торговли (AfCFTA) в первую очередь направлена на:

A) Создание единой валюты для всех африканских стран
B) Устранение тарифных и нетарифных барьеров для товаров и услуг на континенте
C) Установление единых стандартов сертификации для всех государств-членов
D) Координацию внешней политики африканских стран

Правильный ответ: B

Вопрос 4. Для российского экспортёра товаров FMCG преимущество членства Замбии в SADC заключается в:

A) Возможности беспошлинного ввоза товаров из России
B) Единых санитарных нормах с ЕАЭС
C) Снижении таможенных пошлин при реэкспорте в другие страны-члены SADC
D) Использовании российского рубля в расчётах внутри SADC

Правильный ответ: C

Вопрос 5. Какой из перечисленных портов является основным для ввоза импортных товаров в Танзанию и обслуживает значительную часть грузопотока в Восточную Африку?

A) Порт Бейра (Мозамбик)
B) Порт Дурбан (ЮАР)
C) Порт Дар-эс-Салам (Танзания)
D) Порт Момбаса (Кения)

Правильный ответ: C

Вопрос 6. Для первичного анализа структуры импорта FMCG-товаров в африканскую страну наиболее подходящим инструментом является:

A) Google Trends
B) ITC Trade Map
C) Bloomberg Terminal
D) Российская база данных СПАРК

Правильный ответ: B

Вопрос 7. Какое из перечисленных требований к продукции относится к обязательной сертификации в большинстве стран Африки?

A) Наличие сертификата «Халяль» для всех продуктов питания
B) Соответствие местным стандартам безопасности и санитарным нормам
C) Обязательная маркировка на всех официальных языках ООН
D) Сертификация по стандарту ISO 9001

Правильный ответ: B

Вопрос 8. Что из перечисленного является классическим примером нетарифного барьера, с которым может столкнуться экспортёр FMCG в Африке?

A) Импортная пошлина в размере 15%
B) Квотирование объёма ввозимой продукции
C) Налог на добавленную стоимость при ввозе
D) Сбор за таможенное оформление

Правильный ответ: B

Вопрос 9. Какой платежный инструмент активно используется для трансграничных расчётов в Африке, особенно в странах Восточной Африки, и позволяет проводить платежи без использования традиционных банковских счетов?

A) Банковский аккредитив
B) Система SWIFT
C) Мобильные деньги (например, M-Pesa)
D) Криптовалютные биржи

Правильный ответ: C

Вопрос 10 (ситуационная задача). Российская компания, производящая замороженные полуфабрикаты, планирует выход на рынок Замбии. Как создание AfCFTA повлияет на её стратегию входа в сравнении с ситуацией до подписания соглашения?

A) Откроет возможность беспошлинного ввоза продукции напрямую из России без каких-либо ограничений
B) Позволит выбрать в качестве страны входа Танзанию (член EAC) с последующим реэкспортом в Замбию по более низким пошлинам благодаря правилам происхождения AfCFTA
C) Не повлияет, так как AfCFTA не распространяется на продукцию из стран, не являющихся членами Африканского союза
D) Обязательно потребует локализации производства в одной из стран Африки для получения преференций

Правильный ответ: C (поскольку AfCFTA – это соглашение между африканскими странами, оно не предоставляет тарифных льгот для товаров, ввозимых из России напрямую. Российский экспортер должен будет уплачивать пошлины согласно режиму наибольшего благоприятствования или искать другие пути, например, производство внутри Африки. Однако вариант B частично верен, но он подразумевает, что российский товар может быть реэкспортирован из Танзании в Замбию с преференциями, но для этого он должен соответствовать правилам происхождения, что маловероятно для российского товара. Поэтому правильный ответ – C, т.е. AfCFTA напрямую не дает льгот российскому импорту).

Тема 2. Коммерческая и маркетинговая подготовка к выходу на конкретный рынок стран Африки

Вопрос 1. При адаптации упаковки FMCG-товара для рынка Замбии или Танзании наиболее критичным фактором является:

A) Использование ярких цветов, принятых в европейской упаковке
B) Устойчивость упаковки к высоким температурам и влажности при хранении и транспортировке
C) Обязательное наличие маркировки на суахили и английском языке в равных пропорциях
D) Использование только биоразлагаемых материалов, даже если это увеличивает стоимость

Правильный ответ: B

Вопрос 2. В Африке цифровой маркетинг активно использует мобильные платформы. Какой инструмент считается наиболее эффективным для прямых продаж и коммуникации с клиентами в странах Восточной Африки (например, Танзания)?

A) E-mail-рассылки через Mailchimp
B) Продвижение через TikTok
C) WhatsApp Business и мобильные деньги (M-Pesa) для приёма платежей

D) Реклама в традиционных СМИ (газеты, радио)

Правильный ответ: C

Вопрос 3. Какой из перечисленных аспектов деловой коммуникации является ключевым при ведении переговоров с партнёрами из Замбии?

A) Прямолинейность и жёсткая аргументация в первый же день
B) Уважение к иерархии, обмен любезностями и построение личных отношений до обсуждения контракта
C) Жёсткий тайминг: встреча должна уложиться ровно в отведённые 30 минут
D) Использование сленга и сокращений для демонстрации осведомлённости

Правильный ответ: B

Вопрос 4. Какой канал сбыта остаётся доминирующим для FMCG-товаров в большинстве африканских стран?

A) Крупные сетевые гипермаркеты (типа Carrefour)
B) Онлайн-маркетплейсы с доставкой на дом
C) Традиционная розница: открытые рынки, киоски, небольшие магазины
D) Продажи через промышленные выставки и каталоги

Правильный ответ: C

Вопрос 5. При разработке ценовой стратегии для выхода на рынок Танзании российскому экспортёру следует учитывать:

A) Высокую покупательную способность населения, позволяющую устанавливать премиальные цены
B) Необходимость предложения мелкооптовых упаковок и низких цен входа из-за чувствительности потребителей к цене
C) Отсутствие налога на добавленную стоимость, что снижает конечную цену
D) Возможность фиксировать цену в рублях, чтобы избежать валютных рисков

Правильный ответ: B

Вопрос 6. Какая платформа для бизнес-коммуникаций является самой популярной среди предпринимателей в Африке для поиска партнёров, обмена коммерческими предложениями и оперативной связи?

A) LinkedIn
B) WeChat
C) WhatsApp и Telegram

D) Skype

Правильный ответ: C

Вопрос 7. При расчёте конечной розничной цены товара на рынке Замбии российскому экспортёру необходимо учесть все перечисленные составляющие, КРОМЕ:

A) Таможенной пошлины и НДС при ввозе
B) Логистических расходов (фрахт, страховка, портовые сборы)
C) Инфляционных ожиданий в стране-производителе (России)
D) Маржи местного дистрибьютора и розничной наценки

Правильный ответ: C

Вопрос 8. При составлении коммерческого предложения для африканского дистрибьютора на первое место следует поставить:

A) Подробные технические характеристики товара на 5 страницах
B) Описание компании и её международных сертификатов
C) Конкретные условия поставки, включая Инкотермс, сроки, минимальный заказ и способы оплаты
D) Список всех товаров в ассортименте компании

Правильный ответ: C

Вопрос 9. Какую практику следует избегать при деловых контактах с представителями Замбии, чтобы не нарушить местный этикет?

A) Отправлять коммерческое предложение по электронной почте до встречи
B) Дарить сувениры с символикой своей компании в начале переговоров
C) Обсуждать цену и условия контракта в первый же день до установления личного контакта
D) Использовать английский язык в качестве основного языка общения

Правильный ответ: C

Вопрос 10 (ситуационная задача). Российский производитель снеков планирует запуск на рынке Танзании. Исследование показало, что местные потребители предпочитают продукты с характерным острым вкусом и отдают предпочтение небольшим упаковкам по 30–50 г. Какой маркетинговый подход следует выбрать в первую очередь?

A) Ввезти продукт в той же упаковке, что и для Европы, но снизить цену

B) Адаптировать рецептуру, добавив местные специи, и фасовать в мелкую упаковку, сохранив позиционирование «качественный российский продукт»
C) Переименовать бренд на суахили и полностью скопировать упаковку местного конкурента
D) Сосредоточиться на рекламе в аэропортах для туристов, игнорируя местных потребителей

Правильный ответ: B

Материально-технические условия реализации программы:
Реализация программы предусматривает наличие аудитории для проведения лекционных занятий, оснащённой мультимедийным проектором и звуковым оборудованием.
Преподаватель должен быть оснащён компьютером/ноутбуком с выходом в Интернет, видеокамерой (встроенной или внешней) и встроенным или внешним звуковым устройством (микрофон/колонки). Необходимое программное обеспечение: офисные программы, стандартный браузер, электронный ресурс проведения дистанционных занятий и стандартные программы просмотра видео и графики.
Слушатель должен обладать компьютером/ноутбуком с выходом в Интернет, оснащённым видеокамерой и встроенным или внешним звуковым устройством. Необходимое программное обеспечение: офисные программы, стандартный браузер и стандартные программы просмотра видео и графики.
Для проведения практикума обеспечивается доступ к международным информационно-аналитическим системам внешнеторговой статистики (ITC Trade Map, Global Trade Tracker), а также к учебным образцам продукции слушателей для проведения продуктового тестирования на фокус-группе.
Выездной модуль предусматривает консультирование касательно организации авиаперевозки, размещения, транспортного обслуживания, переговорных площадок для B2B-встреч, сопровождение переводчиком и оформление медицинского страхования с учётом требований страны пребывания.

Форма итоговой аттестации:
Итоговая аттестация проводится в форме защиты комплексного плана выхода собственного товара или услуги на рынки стран Африки. К аттестации допускаются слушатели, полностью освоившие программу.
Аттестация проводится РУДН в соответствии с «Положением об итоговых аттестациях слушателей по программам дополнительного профессионального образования РУДН».
Форма итоговой аттестации: защита итогового проекта ~~презентации~~ комплексного плана перед экспертным советом. План должен содержать продуктовое и упаковочное решение с учётом климатических и культурных особенностей региона, ценовое предложение, логистическую и

сертификационную схему, маркетинговую стратегию, перечень потенциальных партнёров и финансовый прогноз. Положительное решение экспертного совета является основанием для допуска слушателя к участию в бизнес-миссии.

По результатам защиты выставляются отметки по стобалльной системе с итоговым результатом «зачтено» / «не зачтено»:

– отметка «зачтено» выставляется слушателю при условии получения 51 баллов и более;

– отметка «не зачтено» выставляется слушателю при условии получения менее 51 балла за контрольное задание.

По итогам обучения слушателям, имеющим высшее или среднее специальное образование, выдаётся удостоверение о повышении квалификации установленного в РУДН образца; слушателям, не имеющим высшего или среднего специального образования, выдаётся сертификат об обучении установленного в РУДН образца.

Электронные ресурсы программы:

Базы данных и статистические ресурсы для анализа рынков:

1. ITC Trade Map [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.trademap.org
2. UN Comtrade Database [Электронный ресурс] / United Nations Statistics Division. – Режим доступа: https://comtradeplus.un.org
3. Global Trade Tracker [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.globaltradetracker.com
4. AfDB Statistical Data Portal [Электронный ресурс] / African Development Bank. – Режим доступа: http://dataportal.afdb.org
5. Africa Information Highway (AIH) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dataportal.opendataforafrica.org
6. African Economic Outlook [Электронный ресурс] / African Development Bank. – Режим доступа: https://dataportal.opendataforafrica.org/mhuiccf
7. African Microdata Library [Электронный ресурс] / African Development Bank. – Режим доступа: https://microdata-catalog.afdb.org
8. SagaCube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sagaciresearch.com
9. Trendtype [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://africa.trendtype.com
10. African Market OS (AMOS) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://africanmarketos.com
11. EMIS (Emerging Markets Information Service) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.emis.com
12. База данных Федеральной таможенной службы РФ «Таможенная статистика ВЭД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://customs.gov.ru/statistic

13. Информационно-аналитическая система «Мои экспортные сделки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://myexport.exportcenter.ru
14. Официальный сайт Российского экспортного центра (РЭЦ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru
15. Официальный сайт Московского экспортного центра (МЭЦ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://moscow-export.com

Ресурсы по регулированию и интеграционным объединениям:

1. AfCFTA Secretariat [Электронный ресурс] / African Continental Free Trade Area. – Режим доступа: https://afcfta.au.inttralac
2. (Trade Law Centre) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tralac.org
3. Intra-African Trade E-Learning [Электронный ресурс] / International Trade Centre. – Режим доступа: https://www.intracen.org

Платформы для поиска партнёров и B2B-взаимодействия:

1. Africa Trade Gateway (ATG) [Электронный ресурс] / Afreximbank. – Режим доступа: https://www.atg.africa
2. Africa Yellow Pages [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://africayellowpagesonline.com

Образовательные платформы и ресурсы для обучения ВЭД:

1. «Мой экспорт» [Электронный ресурс] / Российский экспортный центр. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru
2. Школа экспорта РЭЦ [Электронный ресурс] / Российский экспортный центр. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru
3. AFRACAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mylearning.afracad.com

Ресурсы по логистике и таможенному регулированию:

1. Всемирная таможенная организация (WCO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wcoomd.org
2. Logistics Performance Index [Электронный ресурс] / World Bank. – Режим доступа: https://lpi.worldbank.org

Ресурсы для проведения тестирования и оценки:

Яндекс.Формы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://forms.yandex.ru

Дополнительные рекомендованные ресурсы

1. African Studies Research Guide [Электронный ресурс] / Yale University Library. – Режим доступа: https://guides.library.yale.edu
2. Doing Business [Электронный ресурс] / World Bank. – Режим доступа: https://www.worldbank.org/en/programs/business-enabling-environment
3. UNCTAD [Электронный ресурс] / United Nations Conference on Trade and Development. – Режим доступа: https://unctad.org

Рекомендуемая литература:

1. Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // Собрание законодательства РФ. – 2003. – № 50. – Ст. 4850.
2. Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле».
3. Конвенция Организации Объединённых Наций о договорах международной купли-продажи товаров (Вена, 11 апреля 1980 г.).
4. Соглашение об учреждении Африканской континентальной зоны свободной торговли (AfCFTA), 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://au-afcfta.org
5. Инкотермс 2020: официальный перевод Правил ICC по использованию национальных и международных торговых терминов / Международная торговая палата; пер. с англ. – Москва: Инфотропик Медиа, 2020. – 237 с. – ISBN 978-5-9998-0320-1.
6. Национальный проект «Международная кооперация и экспорт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/rugovclassifier/922/events/
7. Программа по продвижению российской продукции за рубежом под национальным брендом «Сделано в России» на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/DoFysEAg71uTNn9AOkE0XOMJQ4ZpXogY.pdf
8. Африка 2023.Возможности и риски .Справочник. Изд-во Высшая школа экономики, 2023 г.
9. Африка в современном мире: экономика, политика, международные отношения / отв. ред. А. М. Васильев. – Москва: Институт Африки РАН.
10. Белова И. Н. Конъюнктура мировых товарных рынков: учебно-методические материалы. – Москва: Российский университет дружбы народов, 2009.
11. Белова И. Н., Абдулджалиль А. Х. М. Торговые отношения России со странами Северной Африки в продовольственной сфере: состояние, проблемы и перспективы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2021. – Т. 29. – № 4. – С. 739–749.
12. Гальчук Л. М. Основы кросс-культурной коммуникации и менеджмента: практический курс. – 2015.
13. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / В. М. Шепетько [и др.]; под общ. ред. В. М. Шепетько. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 467 с. – ISBN 978-5-534-14920-3.
14. Одунлами С.Ф. Африка: новый рынок для российского бизнеса [Цифровая книга], 2026 г.

15. Сафронов К.Ю. Африка. Страновые риски (политика, экономика, бизнес, промышленность, безопасность, основные партнеры). Учебное пособие. Изд-во Проспект, 2026 г.
16. Управление рисками во внешнеэкономической деятельности: учебное пособие / Д. В. Шевчук. – Москва: КноРус, 2022. – 235 с. – ISBN 978-5-406-08954-6.
17. Цифровизация внешней торговли: новые вызовы и возможности: сборник научных трудов / отв. ред. И. В. Платонова. – Москва: Русайнс, 2022. – 156 с. – ISBN 978-5-466-02987-1.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
(программы повышения квалификации)
«Africa Export Pro: акселерационная программа выхода компаний на рынки стран Африки»

№ п/п	Наименование разделов, модулей, тем	Всего, ак.ч.	в том числе			
			лекции	практические, лабораторные, семинарские	самостоя-тельная работа	форма контроля
1	Тема 1. Мировой товарный рынок и африканское направление: анализ тенденций и регулирование.	**38**	24	12	2	Тест
2	Тема 2. Коммерческая и маркетинговая подготовка к выходу на конкретный рынок стран Африки (в зависимости от запроса набранной группы).	**38**	24	12	2	Тест
3	Тема 3. Бизнес-миссия в страны Африки	**40**	-	30	10	-
Итоговый контроль		**4**		**4**		**Защита проекта**
Итого часов		**120**	**48**	**58**	**14**	

Руководитель программы, должность: К.э.н., доцент кафедры МЭО

подпись

Соколан Дарья Сергеевна
ФИО

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
(программы повышения квалификации)
«Africa Export Pro: акселерационная программа выхода компаний на рынки стран Африки»

№ п/п	Наименование разделов, модулей, тем	Всего, ак.ч.	в том числе			
			лекции	практические, лабораторные, семинарские	самостоя-тельная работа	форма контроля
1	Тема 1. Мировой товарный рынок и африканское направление: анализ тенденций и регулирование.	**38**	24	12	2	Тест
1.1	Анализ текущих тенденций на мировом рынке FMCG: уровень и динамика потребления, потребительские предпочтения.	3	3	0	0	
1.2	Место стран Африки на рынке товаров FMCG: тенденции, структура рынка, перспективные направления.	3	3	0	0	
1.3	Практикум с базами данных и ИИ: ITC Trade Map, Global Trade Tracker, данные торговых представительств.	3	0	3	0	
1.4	Африка как единый рынок: макроэкономический ландшафт, население, регионы, особенности потребления.	4	4	0	0	
1.5	Континентальные интеграционные объединения: АфЗСТ, ВАС, САДК, ЭКОВАС.	**2**	**2**	0	0	
1.6	Интерактив «Карта преференций»: определение тарифных льгот по товарным группам.	**4**	0	**4**	0	
1.7	Общие принципы регулирования ВЭД в Африке: таможенные союзы, валютный контроль, ограничения для нерезидентов.	4	4	0	0	

№ п/п	Наименование разделов, модулей, тем	Всего, ак.ч.	в том числе			
			лекции	практические, лабораторные, семинарские	самостоя-тельная работа	форма контроля
1.8	Специальные экономические зоны в Африке: условия ведения бизнеса, налогообложение, льготы.	3	3	0	0	
1.9	Интерактив «Найди африканскую СЭЗ для своего товара».	3	0	3	0	
1.10	Организация логистики товаров FMCG в страны Африки из России.	**2**	**2**	0	0	
1.11	Особенности сертификации товаров FMCG в странах Африки.	3	3	0	0	
1.12	Расчёт стоимости логистики и определение процедуры сертификации для своего товара.	**2**	0	**2**	0	
	Форма контроля. Онлайн-тестирование по теме 1.	2			2	**Тест**
	Тема 2. Коммерческая и маркетинговая подготовка к выходу на конкретный рынок стран Африки (в зависимости от запроса набранной группы).	**38**	24	12	2	Тест
2.1	Рынок FMCG конкретной страны Африки: структура, объём, географическая структура поставок.	3	3	0	0	
2.2	Рынок оборудования и высокотехнологичной продукции конкретного рынка страны Африки: структура, объём, условия СЭЗ.	3	3	0	0	
2.3	«Африканский разведывательный десант»: первичный анализ пригодности продукта для рынка стран Африки	3	0	3	0	
2.4	Таможенно-тарифное регулирование ВАС и САДК. Расчёт таможенной стоимости.	3	3	0	0	

№ п/п	Наименование разделов, модулей, тем	Всего, ак.ч.	в том числе			
			лекции	практические, лабораторные, семинарские	самостоя-тельная работа	форма контроля
2.5	Валютно-финансовые аспекты экспорта в Африку: местные банки, SWIFT, альтернативные платёжные системы, хеджирование.	2	2	0	0	
2.6	Разбор нетарифных барьеров при выходе на рынки Замбии и Танзании.	4	0	4	0	
2.7	Адаптация продукта и упаковки под страны Африки. Разбор кейсов. Разработка маркетинговой стратегии.	4	4	0	0	
2.8	Digital-маркетинг в Африке: WhatsApp Business, Facebook, Instagram, мобильные деньги (M-Pesa, Airtel Money). ИИ в маркетинге.	3	3	0	0	
2.9	Разработка маркетинговой стратегии вывода товара на рынки конкретной страны Африки	3	**2**	**1**	0	
2.10	Особенности деловой коммуникации и переговоров с партнёрами стран Африки.	**2**	**2**	0	0	
2.11	Деловая игра «Проведи успешные переговоры с закупщиками и импортёрами».	3	0	3	0	
2.12	Подготовка к бизнес-миссии в Замбию: техника безопасности, дорожная карта, страхование, культурная памятка.	3	**2**	**1**	0	
	Форма контроля. Онлайн-тестирование по теме 2.	2			2	**Тест**
	Тема 3. Бизнес-миссия в страны Африки.	**40**	-	30	10	-
3.1	Встреча с представителями Посольства РФ и Русского дома в Замбии.	**8**	0	**8**	0	
3.2	B2B-встречи с местными дистрибьюторами, ритейлерами и импортёрами.	**10**	0	**8**	**2**	

№ п/п	Наименование разделов, модулей, тем	Всего, ак.ч.	в том числе			
			лекции	практические, лабораторные, семинарские	самостоя-тельная работа	форма контроля
3.3	Нетворкинг по итогам B2B-встреч, деловая и страноведческая программа.	**10**	0	**8**	**2**	
3.4	Подведение итогов бизнес-миссии, план взаимодействия с африканскими компаниями.	**8**	0	**6**	2	
3.5	Разработка комплексного плана выхода на рынки стран Африки	4	0	**0**	**4**	
Итоговый контроль		**4**		**4**		**Защита проекта**
Итого часов		**120**	**48**	**58**	**14**	

Руководитель программы,
должность:
К.э.н., доцент кафедры МЭО

подпись

Соколан Д.С.
ФИО

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
(программы повышения квалификации/ программы профессиональной переподготовки)
«Africa Export Pro: акселерационная программа выхода компаний на рынки стран Африки»

Объем программы: 120 академических часов

Форма обучения / применение ДОТ: Очно-заочная с применением ДОТ

Срок обучения: модульно в период с 12.10.2026 по 07.12.2026
(Образовательный процесс может осуществляться в течение всего года. Занятия проводятся по мере комплектования групп)

№ п/п	Наименование разделов, модулей, семестров, курсов	Всего, ак.ч.	в том числе по календарным периодам, ак.ч.		
			12.10.2026 – 16.10.2026	09.11.2026 – 14.11.2026	30.11.2026 – 07.12.2026
1	Тема 1. Мировой товарный рынок и африканское направление: анализ тенденций и регулирование.	**38**	38		
2	Тема 2. Коммерческая и маркетинговая подготовка к выходу на конкретный рынок стран Африки (в зависимости от запроса набранной группы).	**38**		38	
3	Тема 3. Бизнес-миссия в страны Африки	**40**			40
Итоговая аттестация (форма итоговой аттестации)		**4**			4
Итого часов		**120**			

Руководитель программы,
должность:
К.э.н., доцент кафедры МЭО _____ Соколан Д.С.
подпись ФИО