

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет «Менеджмент спортивной и туристской индустрии»
Кафедра Менеджмент спортивной и туристской индустрии

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры Менеджмент спортивной
и туристской индустрии

Протокол от «___» _____ 201_ г.

№ _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.5 Международная бизнес среде

направление подготовки

38.04.02 – Менеджмент

Направленность (профиль)" Управление туристско-рекреационными кластерами и
территориями"

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2016

Москва, 2016 г.

Автор-составитель:

Корнеев Игорь Павлович

Заведующий кафедрой

Менеджмент спортивной

и туристской индустрии

к.э.н., доцент М. Ю. Белякова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина «Международная бизнес среде» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	УК ОС-4.1	способность к приобретению комплекса знаний, умений и навыков в международной бизнес среде и деловых коммуникациях, необходимых для свободного общения в деловой сфере.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
УК ОС-4.1	на уровне знаний: методы финансового менеджмента
	на уровне умений: - анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
	на уровне навыков: знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины, час.		
	Всего	Семестр	
		1	2
Очная форма обучения			
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	56	56	
лекционного типа (Л)	12	12	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)	44	44	

Самостоятельная работа обучающихся (СР)		52	52	
Промежуточная аттестация	форма	экзамен	экзамен	
	час.	36	36	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		144/4	144/4	

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.Б.5 «Международная бизнес среда» осваивается в 1 семестре 1 курса очной формы обучения, общая трудоемкость –4 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области управленческой экономики, а также на приобретенные ранее умения и навыки выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах, критически оценивать любую поступающую информацию, вне зависимости от источника, избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Глобализация экономики и управление международным бизнесом.	27	3		11		13	Кол., Т, Д, Э
Тема 2	Глобализация экономики и управление международным бизнесом.	27	3		11		13	Кол., Т, Д, Э
Тема 3	Управление международным бизнесом	27	3		11		13	Кол., Т, Д, Э
Тема 4	Функции управления в международном бизнесе	27	3		11		13	Кол., Т, Д, Э
Промежуточная аттестация		36						Экзамен
Всего:		144	12		44		52	

Примечание:

* - разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: эссе (Э), Тестирование (Т), коллоквиум (Кол), Диспут (Д).

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Глобализация экономики и управление международным бизнесом.	1.Общая характеристика международного бизнеса 2. Мировые рынки и центры деловой активности 3.Правовые, технологические и политические аспекты международного бизнеса 4. Роль культуры в международном бизнесе 5.Этика и социальная ответственность в международном бизнесе
Тема 2	Глобализация экономики и управление международным бизнесом.	1.Теории международной торговли и международных инвестиций 2. Международная валютная система и платежный баланс 3.Международные валютные и финансовые рынки 4.Формирование национальной торговой политики 5. Международное сотрудничество
Тема 3	Управление международным бизнесом	1.Международный стратегический менеджмент 2. Анализ зарубежных рынков и стратегии проникновения 3.Международные стратегические альянсы 4.Международные организационные структуры и контроль 5. Лидерство и поведение работников в международной компании
Тема 4	Функции управления в международном бизнесе	1.Международный маркетинг 2.Международный операционный менеджмент 3.Международный финансовый менеджмент 4.Международный финансовый учет и налогообложение 5. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.Б.5 «Международная бизнес среда» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Глобализация экономики и управление международным бизнесом.	Кол., Т, Д, Э
Глобализация экономики и управление международным бизнесом.	Кол., Т, Д, Э
Управление международным бизнесом	Кол., Т, Д, Э
Функции управления в международном бизнесе	Кол., Т, Д, Э

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Темы эссе

- Анализ зарубежных рынков: оценка затрат, доходов и рисков
- 2. Оценка альтернативных зарубежных рынков
- 3. Выбор способа проникновения на зарубежный рынок
- 4. Экспорт товаров или услуг на зарубежные рынки
- 5. Преимущества и недостатки международного лицензирования
- 6. Преимущества и недостатки международного франчайзинга
- 7. Специализированные способы проникновения в международном бизнесе
- 8. Прямые иностранные инвестиции
- 9. Преимущества стратегических альянсов
- 10. Типы стратегических союзов
- 12. Организация деятельности стратегических альянсов
- 13. Сложности функционирования стратегических альянсов
- 14. Глобальные организационные структуры
- 15. Функция контроля в международном бизнесе
- 16. Поведение индивида в международной компании
- 17. Мотивация в международных компаниях
- 18. Принятие решений в международном бизнесе
- 19. Группы и команды в международной компании
- 20. Управление кросс-культурными командами

Объем эссе не должен быть менее 10, но не более 15 страниц текста, включая титул и список литературы.

Вопросы к диспуту по дисциплине «Международная бизнес среда»

- . Классические теории торговли
 - 2. Современные теории торговли, основанные на характеристиках компаний
 - 3. Международная инвестиционная деятельность
 - 4. Факторы, оказывающие влияние на прямые иностранные инвестиции
 - 5. История международной валютной системы
 - 6. Система учета международных операций в форме платежного баланса
 - 7. Роль банков в функционировании валютного рынка
 - 8. Спот-рынки и форвардные рынки
 - 9. Арбитраж и валютный рынок
 - 10. Основные международные банки
 - 11. Международный рынок облигаций
 - 12. Глобальный рынок акций
 - 13. Офшорные финансовые центры
 - 14. Основные принципы национальной торговой политики
 - 15. Барьеры на пути развития международной торговли
 - 16. Содействие международной торговле
 - 17. Сдерживание недобросовестной торговой практики
 - 18. Генеральное соглашение о тарифах и торговле и Всемирная торговая организация
 - 19. Влияние экономической интеграции на деятельность компаний
 - 20. Региональные торговые блоки

8.4. Примеры тестов для контроля знаний.

1. Международный бизнес – это совокупность:

- а) взаимодействующих государственных центральных банков разных стран;
- б) взаимодействующих правительств в разных странах;
- в) взаимодействующих министерств экономического развития разных стран;
- г) взаимодействующих национальных бизнесов разных стран.

2. Национальный бизнес – это совокупность:

- а) взаимодействующих государственных центральных банков разных стран;
- б) хозяйствующих субъектов данных стран;
- в) мелких бизнесменов данной страны;
- г) государственных экономических учреждений данной страны.

3. Международное предпринимательство – это:

- а) свободное экономическое хозяйствование в разных сферах экономики на мировом рынке;
- б) совокупность внешнеэкономических отношений (экономических, социальных, организационных) по организации дела для производства товаров и услуг и получения прибыли;
- в) совокупность бизнес-сделок на мировом рынке;
- г) новый тип хозяйствования основанной на инновационном поведении, умении находить и использовать новые идеи, воплощать их в успешные предпринимательские проекты.

4. Какая форма правовой системы оказывает наибольшее влияние на международный бизнес:

- а) статутное право выраженное в законодательных актах;
- б) гражданское право-кодификации что можно, что нельзя делать;
- в) религиозное право (теократия);
- г) бюрократическое право (действия и указания бюрократов имеющие силу закона)

5. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на политическую среду ведения бизнеса:

- а) законы и нормативные акты, принимаемые на любом уровне государственной власти;
- б) изменения в налоговом законодательстве;
- в) гражданские войны, террористические акты, похищение иностранных предпринимателей;
- г) политические риски (потеря собственности, операционные, трансфертные риски).

6. Доля АПК в мировом ВВП составляет (в %):

- а) порядка 5%;
- б) 10-20%;
- в) 30-40%;
- г) 50-60%.

7. В мировом экспорте продовольственных товаров доля экономически развитых стран в последние годы составляет (в %):

- а) менее 20%;
- б) 30-50%;
- в) 60-70%;
- г) более 80%.

8. На какой из указанных регионов приходится больше всего пахотных земель:
- а) на Африку;
 - б) Азию;
 - в) Америку;
 - г) Европу?
9. Какая из стран занимает первое место по производству зерна на душу населения:
- а) США;
 - б) Австралия;
 - в) Россия;
 - г) Канада;
 - д) Аргентина
10. Определите основную тенденцию развития НИОКР в АПК развитых стран:
- а) опережающий рост финансирования производства сельскохозяйственной продукции;
 - б) опережающий рост финансирования отраслей переработки сельскохозяйственной продукции и инфраструктуры АПК;
 - в) снижение роли частного сектора в финансировании АПК;
 - г) усиление роли государства в финансировании АПК.
11. Какая из составляющих АПК России является приоритетной с точки зрения инвестиционных займов от МБРР:
- а) производство продовольствия и управления качеством продукции;
 - б) решение экологических проблем в сельском хозяйстве;
 - в) рациональное управление земельным фондом;
 - г) создание оптимальной структуры АПК?
12. Укажите, какова доля нашей страны в мировых разведанных запасах нефти за последние годы (в %):
- а) менее 3%;
 - б) около 5-10%;
 - в) около 15-25%;
 - г) 30-40%;
 - д) более 40%.
13. Какие три из указанных ниже стран располагают наилучшими экспортными возможностями по жидкому топливу в долгосрочной перспективе:
- а) Мексика;
 - б) Россия;
 - в) Саудовская Аравия;
 - г) Норвегия;
 - д) Великобритания;
 - е) Ирак;
 - ж) Иран;
 - з) Азербайджан;
 - и) Катар;
 - к) Ливия?
14. Наиболее низкими средними издержками добычи нефти обладают:
- а) Ирак;
 - б) США;

- в) Кувейт;
- г) Саудовская Аравия;
- д) Россия;
- е) Норвегия;
- ж) Иран;
- з) Нигерия;
- и) Великобритания;
- к) ОАЭ.

15. Какая из перечисленных стран не является членом ОПЕК:

- а) Саудовская Аравия;
- б) Норвегия;
- в) Великобритания;
- г) Кувейт;
- д) Алжир;
- е) Нидерланды;
- ж) Мексика;
- з) Индонезия;
- и) Россия;
- к) ОАЭ?

16. Укажите, с какими странами предполагается реализовать крупные международные инвестиционные проекты по поставкам по трубопроводам углеводородного сырья из России:

- а) с Финляндией;
- б) ФРГ;
- в) Турцией;
- г) Италией;
- д) Китаем;
- е) Японией;
- ж) КНДР.

17. Какие факторы будут определяющими в развитии мирового рынка топливно-энергетического сырья:

- а) истощение месторождений и дефицит топливно-энергетических ресурсов;
- б) природные запасы углеводородов будут оставаться вполне достаточными для удовлетворения потребностей мировой экономики вплоть до конца XXI века;
- в) издержки будут расти, что в решающей степени сдержит рост спроса на них в пользу альтернативных видов топлива и источников получения энергии?

18. Черная и цветная металлургия в отличие от других отраслей характеризуется:

- а) повышенной капиталоемкостью;
- б) повышенной трудоемкостью;
- в) повышенной трудо- и капиталоемкостью;
- г) крайне повышенным влиянием на окружающую среду.
- д) относительно низким уровнем НИОКР в отрасли.

19. Какие две из перечисленных стран стали в последние годы лидерами в металлургии:

- а) Китай;
- б) Япония;
- в) Германия;

- г) США;
- д) Россия;
- е) Австралия?

20. Что являлось главной целью Европейского объединения угля и стали:

- а) недопущение монополизации отрасли;
- б) содействие экономическому росту путем создания общего рынка продукции;
- в) обеспечение диверсификации поставок продукции;
- г) ускоренное развитие НТП в отрасли;
- д) повышение экологической составляющей отрасли?

21. В отличие от спроса на сталь спрос на продукцию цветной металлургии на мировом рынке:

- а) более устойчив;
- б) менее стабилен, а его колебания в большей степени носят конъюнктурный характер;
- в) сильно зависит от динамики мировых цен на нефть;
- г) в большей степени зависит от широты охвата менее крупных отраслей современного мирового хозяйства, потребляющих цветные металлы.

22. Конкурентоспособность российской стальной продукции на внешнем рынке:

- а) имеет средние показатели по сравнению с развитыми странами;
- б) имеет средние показатели по сравнению с развивающимися странами;
- в) существенно выше, чем в большинстве других стран;
- г) крайне низка.

23. Какие три из нижеперечисленных стран являются ведущими в мировом машиностроении:

- а) США;
- б) Бразилия;
- в) Германия;
- г) Китай;
- д) Россия;
- е) Италия;
- ж) Франция;
- з) Великобритания;
- и) Япония?

24. Выберите верный вариант:

- а) самой быстрорастущей отраслью мирового машиностроения является транспортное машиностроение, включая автомобилестроение;
- б) самой быстрорастущей отраслью является общее машиностроение;
- в) самой быстрорастущей отраслью является электроника и электротехника;
- г) самой быстрорастущей отраслью является сельскохозяйственное машиностроение;
- д) темпы роста всех указанных отраслей мирового машиностроения приблизительно одинаковы.

25. Чем мировой рынок продукции машиностроения отличается от рынков сырьевых товаров:

- а) крайне нестабильным развитием с относительно невысокими темпами роста;
- б) достаточно стабильным и устойчивым развитием;

в) классически циклическим развитием с резкими подъемами и спадами конъюнктуры?

26. Первые два места в мире по строительству морских судов занимают:

- а) Южная Корея;
- б) Япония;
- в) Норвегия;
- г) Россия;
- д) Великобритания;
- е) Финляндия.

27. Какому транспорту в структуре мирового пассажирского оборота принадлежит наибольшая доля (около 80%):

- а) железнодорожному;
- б) автомобильному;
- в) морскому;
- г) воздушному?

28. Какой вид транспорта занимает первое место в структуре международных грузоперевозок (в стоимостном выражении):

- а) автомобильный;
- б) железнодорожный;
- в) морской;
- г) авиационный?

29. Какие два из перечисленных факторов сыграли важнейшее значение для развития мирового транспорта в XX веке:

- а) неуклонный рост объемов мировой торговли;
- б) НТП в области транспортировки людей и товаров;
- в) увеличение числа транспортных коридоров;
- г) международная интеграция и глобализация;
- д) рост численности населения?

30. Платежные средства в иностранной валюте, предназначенные для международных расчетов, это:

- а) деривативы;
- б) валютные резервы страны;
- в) СДР;
- г) девизы.

31. Национальные деньги, используемые в международных экономических отношениях, это:

- а) валютный курс;
- б) мировые деньги;
- в) валютный паритет;
- г) валюта.

32. Рынок немедленной поставки валюты – это:

- а) своп рынок;
- б) спот рынок;
- в) рынок фьючерсов;
- г) рынок форвардов.

33. Какая международная организация была создана с целью содействия развитию частного бизнеса в развивающихся странах:

- а) МБРР;
- б) МФК;
- в) МАР;
- г) МВФ?

34. МФК часть группы ВБ:

- а) да, это верно;
- б) нет, это неверно.

35. МАР была создана для предоставления льготных кредитов беднейшим развивающимся странам:

- а) да, это верно;
- б) нет, это неверно.

36. Операция с валютами, состоящая в одновременном открытии различных или одинаковых по срокам противоположных позиций на одном или нескольких взаимосвязанных финансовых рынках с целью получения гарантированной прибыли за счет разницы в котировках – это:

- а) фьючерс;
- б) форвард;
- в) арбитраж;
- г) инкассо.

37. Выражение цены иностранной валюты в единицах национальной валюты – это:

- а) кросс-курс;
- б) обратная котировка;
- в) прямая котировка;
- г) косвенная котировка.

38. Рынки немедленной поставки валюты – это:

- а) своп – рынок;
- б) спот – рынок;
- в) рынок фьючерсов;
- г) рынок форвардов.

39. Обязательное для исполнения соглашение между банками по покупке или продаже в определенный день в будущем определенной суммы иностранной валюты – это:

- а) форфетирование;
- б) форвард;
- в) своп – сделка;
- г) фьючерс.

40. Официально установленное соотношение денежных единиц разных стран – это:

- а) валютный курс;
- б) валютный паритет;
- в) валюта;
- г) СДР.

41. Официальное понижение паритета одной валюты по отношению к паритету другой – это:

- а) ревальвация;
- б) инфляция;
- в) девальвация;
- г) рецессия.

42. Каков был объем мирового товарооборота в 2008 г. (в трилл. долл.):

- а) около 1;
- б) порядка 20;
- в) порядка 10;
- г) более 30?

43. Какова доля ТНК в современной международной торговле (в %):

- а) менее 5;
- б) 10-20;
- в) 30-40;
- г) около 50;
- д) более 75?

44. Каков был удельный вес сырьевых товаров в мировом экспорте середины XX в – 2008 г (в %):

- а) менее 5;
- б) 10-15;
- в) 20-30;
- г) около 40;
- д) более 50?

45. Какова доля машин, оборудования, средств транспорта в мировой торговле за последние 10 лет (в %):

- а) менее 10;
- б) 20-30;
- в) 40-50;
- г) около 60;
- д) более 75?

46. Какова доля в российском экспорте топливно-сырьевых товаров (в %):

- а) менее 10;
- б) 20-30;
- в) 40-50;
- г) 60-70;
- д) более 80?

47. Какова была доля импорта машин, оборудования и средств транспорта РФ в 2007 г. (в %):

- а) менее 20;
- б) около 30;
- в) 40-50;
- г) 60-70;
- д) более 70?

48. Как вы оцениваете роль товарных бирж в международной торговле товарами:

- а) как барометр ценообразования на рынке и объективный показатель его конъюнктуры;

- б) как один из многих (не самый важный) механизм функционирования мирового товарного рынка;
- в) как крайне узкий маргинальный рынок определенного вида товара.

49. Каков был объем мирового экспорта услуг к началу XXI в (в трилл. дол.):

- а) 0,5;
- б) 1;
- в) 1,5;
- г) 3;
- д) более 5?

50. Выберите верный вариант:

Рост международной торговли услугами по сравнению с темпами роста международной торговли в последнее десятилетие:

- а) был больше;
- б) был меньше;
- в) нельзя установить точно из-за существенных колебаний в ту или другую сторону.

51. Какие три из перечисленных стран являются самыми крупными экспортерами услуг в мире:

- а) США;
- б) Великобритания;
- в) Германия;
- г) Франция;
- д) Россия;
- е) Италия;
- ж) Китай;
- з) Индия;
- и) Япония;
- к) Австрия?

52. Определите место России в мировом экспорте услуг в последнее десятилетие:

- а) в первой пятерке;
- б) в числе первых 30 стран;
- в) в числе первых 10 стран;
- г) в числе первых 50 стран.

53. Определите место России в мировом импорте услуг в последнее десятилетие:

- а) в первой пятерке;
- б) в числе первых 10 стран;
- в) в числе первых 20 стран;
- г) в числе первых 30 стран;
- д) в числе первых 50 стран.

54. Что не входит в сферу партнерских отношений государства и международного бизнеса:

- а) контракты;
- б) аренда;
- в) свободные экономические зоны;
- г) соглашение о разделе продукции;
- д) совместные предприятия;
- е) концессии?

55. Какой вид международной стратегии не входит в функции корпорации:

- а) стратегия диверсификации;
- б) стратегия конкурентной борьбы;
- в) стратегия управления финансами, маркетинг;
- г) стратегия связи с государством?

56. Сохранение продукта с уникальными свойствами – это:

- а) агрессивный маркетинг;
- б) социально ответственный маркетинг;
- в) стратегия дифференциации;
- г) международный маркетинг;
- д) глобальная специализация.

57. Концепция системы управления из единого центра – это:

- а) стратегия глобальной специализации;
- б) диверсифицированный маркетинг;
- в) социально-ответственный маркетинг;
- г) потребительский иррационализм.
- д) глобальное сегментирование;
- е) централизация управления;
- ж) децентрализация управления.

58. Матрица 4р – это:

- а) продвижение;
- б) товар;
- в) люди;
- г) политика;
- д) связи с общественностью;
- е) цена;
- ж) время;
- з) место;
- и) сроки;
- к) скорость продвижения товара.

Ключи к тестам:

1-г; 2-б; 3-г; 4-б; 5-а; 6-а; 7-б; 8-б; 9-г; 10-б; 11-б; 12-б; 13-б, в, е; 14-в; 15-в; 16-б, г, д; 17-в; 18-г; 19-а, б, д; 20-б; 21-г; 22-а; 23-а, в, и; 24-в; 25-б; 26-а, б; 27-б; 28-в; 29-а; 30-г; 31-г; 32-а; 33-в; 34-а; 35-б; 36-а; 37-б; 38-б; 39-б; 40-а; 41-в; 42-б; 43-г; 44-б; 45-в; 46-д; 47-в; 48-в; 49-в; 50-а; 51-а, б, г; 52-б; 53-г; 54-в; 55-г; 56-а; 57-е; 58-а, б, е, з.

8.3. Вопросы к коллоквиуму по дисциплине «Международная бизнес среда»

1. Классические теории торговли

- 2. Современные теории торговли, основанные на характеристиках компаний
- 3. Международная инвестиционная деятельность
- 4. Факторы, оказывающие влияние на прямые иностранные инвестиции
- 5. История международной валютной системы
- 6. Система учета международных операций в форме платежного баланса
- 7. Роль банков в функционировании валютного рынка
- 8. Спот-рынки и форвардные рынки

9. Арбитраж и валютный рынок
10. Основные международные банки
11. Международный рынок облигаций
12. Глобальный рынок акций
13. Оффшорные финансовые центры
14. Основные принципы национальной торговой политики
15. Барьеры на пути развития международной торговли
16. Содействие международной торговле
17. Сдерживание недобросовестной торговой практики
18. Генеральное соглашение о тарифах и торговле и Всемирная торговая организация
19. Влияние экономической интеграции на деятельность компаний
20. Региональные торговые блоки

Критерии правильности ответов на вопросы для коллоквиума:

При оценке ответов на вопросы для обсуждения и коллоквиума учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Ответ на вопрос оценивается 0 -10

- Каждый отвечает на 4 вопроса на теме коллоквиума
- Обязательные вопросы к коллегам и участие в дискуссии оцениваются в дополнительный 1 балл
- Максимальный балл 10

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	УК ОС-4.1	способность к приобретению комплекса знаний, умений и навыков в международной бизнес среде, необходимых для свободного общения в деловой сфере.

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-4.1	Организует собственную деятельность, обобщение, анализ информации о международной бизнес среде, определяет цели и выбирает пути достижения.	Оценивает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; Позитивно решает различные проблемы и конфликтные ситуации.

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

Вопросы к экзамену.

1. Понятие и формы международного бизнеса.
2. Международный бизнес в условиях глобализации.
3. Международное предпринимательство: понятие, формы, функции.
4. История развития международного предпринимательства.
5. Предпринимательская деятельность в России с древних времен до настоящего времени.
6. Правовые основы мирового бизнеса.
7. Технологические аспекты мирового бизнеса.
8. Политические аспекты мирового бизнеса.
9. Роль культуры в международном бизнесе.
10. Этика и социальная ответственность в мировом бизнесе.
11. Основные элементы инновационного бизнеса.
12. Приоритеты государства в промышленно развитых странах в инновационной деятельности.
13. Характеристика наиболее наукоемких отраслей международного бизнеса.
14. Международный бизнес в агропромышленном комплексе.
15. Международный бизнес в топливно-энергетическом комплексе.
16. Международный бизнес в металлургическом комплексе.
17. Международный бизнес в машиностроительном комплексе.
18. Мировой транспорт.
19. Структура международных финансовых рынков.
20. Международные финансовые организации.
21. Стратегия развития международного финансового бизнеса.
22. Место и роль международной торговли товарами и услугами в современной системе мирохозяйственных связей.
23. Основные особенности и тенденции развития мировой торговли.
24. Формирование национальной торговой политики в эпоху глобализации.
25. Россия в международной торговле.
26. Современные формы и методы международной торговли.
27. Международная торговля услугами: посредники во внешнеэкономической деятельности, инжиниринг.
28. Международный обмен интеллектуальной собственностью: лицензии, соглашения о передаче ноу-хау, технологий.

29. Телекоммуникационные услуги в международном бизнесе: тенденции, особенности ценообразования, перспективы развития мирового рынка телекоммуникационных услуг.
30. Международный страховой рынок: функции, характерные особенности, участники страхового рынка.
31. Понятие и формы хозяйственного партнерства государства и мирового бизнеса.
32. Мировой опыт партнерства государства и международного бизнеса.
33. Концессии - формы партнерства государства и частного бизнеса.
34. Сущность и процесс стратегического планирования.
35. Стратегические альянсы международного бизнеса.
36. Стратегия проникновения международного бизнеса.
37. Функции контроля в международном бизнесе.
38. Поведение работников в международных компаниях.
39. Международный маркетинг и бизнес стратегии.
40. Аспекты и решения ценовой политики в международном маркетинге.
41. Продвижение товара в международном маркетинге.
42. Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе.
43. Рекрутирование и отбор человеческих ресурсов.
44. Обучение и развитие трудовых ресурсов.
45. Трудовые отношения в международном бизнесе.
46. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в США.
47. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в ЕС.
48. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в Японии.
49. Государственное регулирование международного бизнеса в РФ.
50. Государственное регулирование международного бизнеса на внутрорегиональном уровне: мировой опыт и российская практика.
51. Механизм таможенного регулирования внешнеторговых операций в РФ.
52. Виды таможенных платежей и особенности их исчисления в РФ.
53. Система управления таможенными рисками в РФ.
54. Направления совершенствования таможенно-тарифного регулирования в РФ.
55. Влияние современной деловой культуры России и ведение международного бизнеса.
56. Формирование кросс-культурных коммуникаций в международном бизнесе.
57. Взаимодействие ценностей в условиях различных культур.
58. Классификация культур по Г. Хофстеде.
59. Формирование российской деловой культуры, ментальности.
60. Культуры, основанные на индивидуальных и коллективных ценностях.

Примеры ситуационных задач

Задание 1

Составьте список товаров, которые вы регулярно используете, таких как будильник, фотоаппарат, автомобиль, кофеварка, компьютер, кроссовки, телефон, телевизор, видеомаягнитофон; можно включить в этот список даже любимый CD-диск, рубашку, фруктовый сок или тип магнитной ленты. Определите, какие компании выпустили эти товары. После составления списка посетите библиотеку и найдите ответы на следующие вопросы по каждому изделию:

1. В какой стране расположен главный офис компании-производителя?
2. Какой процент от годового объема продаж фирмы составляют продажи на внутреннем рынке? Какой процент составляют продажи на рынках других стран?
3. Определите наиболее вероятное место изготовления данного изделия.
4. Почему вы думаете, что оно было изготовлено именно в этой стране?

Продолжите работу, выполнив вместе с другими членами вашей группы следующие

задания.

1. Обсудите влияние международного бизнеса на вашу повседневную жизнь.
2. Вместе с другими студентами составьте обобщенный список, включающий в себя 10 товаров, наиболее часто используемых студентами.
3. Попробуйте идентифицировать торговую марку (бренд) каждого товара, выпущенного отечественной компанией.
4. Попробуйте идентифицировать торговую марку каждого товара, выпущенного иностранной компанией.
5. Есть ли в этом списке изделия, в состав которых входят компоненты, выпущенные как отечественными, так и иностранными компаниями?

Задание 2

Посетите библиотеку и проанализируйте данные, содержащиеся в каждом из перечисленных стандартных источников: Обзор экономического положения (Survey of Current Business), публикуемый ежемесячно Министерством торговли США; Мировая книга фактов (The World Factbook) — подробный ежегодный справочник о странах мира, публикуемый Центральным разведывательным управлением США; Информационно-аналитические справки (Background Notes) — серия информационно-аналитических документов Государственного департамента США; Коммерческий путеводитель по странам мира (Country Commercial Guide) — серия документов Государственного департамента США; Доклад о мировом развитии (World Development Report) — публикуемый ежегодно доклад Всемирного банка; Статистика торговли товарами (Commodity Trade Statistics); ежегодный доклад Организации Объединенных Наций; Статистические данные о платежном балансе (Balance of Payments Statistics), Международная финансовая статистика (International Financial Statistics), Статистические данные о направлениях торговли (Direction of Trade Statistics) — доклады, публикуемые Международным валютным фондом (МВФ); Банк данных о национальной торговле (National Trade Data Bank, NTDB); распространяется Министерством торговли США ежемесячно.

После этого дайте ответы на следующие вопросы.

1. Каким был общий объем импорта бельгийских товаров в США по стоимости в прошлом году? Какой была стоимость импорта американских товаров в Бельгию?
2. Чему равен общий объем инвестиций США в экономику Бельгии? Какую сумму составляют инвестиции Бельгии в экономику США?
3. Составьте краткую справку об экономике Бельгии по таким пунктам: ВВП; доход на душу населения; темпы роста экономики; основные статьи экспорта и импорта; основные торговые партнеры.
4. Составьте краткую справку о населении Бельгии по следующим пунктам: языки, на которых разговаривают жители страны; средний образовательный уровень; средняя продолжительность жизни; темпы прироста населения.

Ответив на все эти вопросы с использованием печатных источников, попробуйте получить ту же информацию через Интернет.

Задание 3

Предположим, ваша группа представляет собой команду высшего исполнительного руководства иностранной компании. Типы компаний могут быть следующими: предприятие розничной торговли продовольственными товарами; универсальный магазин; предприятие по производству автомобильных компонентов; предприятие по производству стали; предприятие по переработке макулатуры; предприятие по производству

компьютеров; пивоваренное предприятие; предприятие по выпуску сигарет; кинокомпания; нефтеперерабатывающий завод. В компании было принято решение расширить сферу своей деятельности на рынок Соединенных Штатов; в качестве первой точки проникновения на рынок избрана местная общественность. Ваша задача состоит в том, чтобы обнаружить правовые и политические проблемы, с которыми может столкнуться компания, а также разработать общую стратегию решения этих проблем. Используйте все имеющиеся ресурсы. Например, вы можете выяснить необходимую информацию во время беседы с членом муниципалитета или с представителем комитета по экономическому развитию данного региона. Кроме того, вы можете идентифицировать потенциальных конкурентов и выяснить, какие стратегии они могут разработать для того, чтобы заблокировать проникновение вашей компании на местный рынок. После обнаружения потенциальных проблем попробуйте определить, являются ли они характерными для данной отрасли экономики в целом или возникают только в работе иностранных компаний. На последнем этапе необходимо выполнить тщательную оценку каждого политического или правового препятствия, а также определить, насколько трудно или легко можно было бы его устранить.

Дополнительные вопросы

1. Насколько легко или трудно было идентифицировать политические или правовые аспекты, от которых зависит проникновение вашей компании на рынок по предложенному сценарию?

2. Какие политические или правовые препятствия на пути проникновения вашей компании на рынок иностранного государства вы могли не учесть?

3. Являются ли потенциальные проблемы проникновения вашей компании на иностранный рынок настолько большими, что оно оказалось невозможным?

Обоснуйте свой ответ.

4. Возникают ли перед вашей компанией различные политические и правовые проблемы, поставленные органами государственной власти разных уровней (уровня города, штата или федерального уровня)? Если да, опишите различия в этих проблемах.

Задание 4

Каждая группа должна произвольно выбрать три продукта из первой колонки списка, представленного ниже, а также три страны из второй колонки.

Продукты

купальные костюмы
CD-плееры
письменные столы и книжные шкафы
мужские галстуки
дамские сумочки
лечебные леденцы для горла
фотопленка
обувь

Страны

Франция
Сингапур
Польша
Саудовская Аравия
Тайвань
Италия
Южная Африка
Россия

Предположим, ваша компания уже продает свои продукты в родной стране. В компании есть хорошо известная потребителям торговая марка и лозунг для каждого из продуктов, и каждый продукт занимает лидирующие позиции по продажам на рынке. Предположим также, что вашей компанией было принято решение начать экспорт каждого продукта в выбранные страны. Проанализируйте культурную среду этих трех стран, чтобы определить, как, в случае необходимости, вам следовало бы изменить упаковку своей продукции, способы ее продвижения на рынки этих стран, рекламу и другие аспекты для того, чтобы обеспечить максимальные возможности для успеха. Не обращайте внимание на то, что такого рынка может и не быть в действительности (предположим, в процессе маркетингового исследования было определено, что рынок для продукции вашей компании

действительно существует). Вместо этого направьте свои усилия на то, чтобы определить, как каждый ваш продукт будет принят в каждой стране с учетом ее культуры.

Дополнительные вопросы

1. Какими источниками вы пользовались для получения информации о трех выбранных странах? Насколько легко или трудно было найти эту информацию?
2. Можете ли вы назвать какие-либо конкретные продукты, пользующиеся большим спросом в вашей родной стране, которые не получили бы признания в каких-либо других странах из-за культурных особенностей этих стран?
3. Каким образом, по вашему мнению, иностранные компании оценивают культуру вашей родной страны, когда они рассматривают возможность вывода своей продукции на рынок вашей страны?

Задание 5

Определите интересующую вас отрасль бизнеса, в которой действует много многонациональных корпораций. Среди этих отраслей может быть энергетическая промышленность, автомобилестроение, а также производство бытовой электроники. Посетите web-сайты трех компаний, принадлежащих к избранной вами отрасли, и выясните как можно больше об их отношении к этике поведения и социальной ответственности. Определите сходные характеристики и отличия между позициями этих компаний по данному вопросу. Затем на основании данных, полученных на web-сайтах этих компаний, сделайте выводы относительно вероятной эффективности усилий каждой из них, направленных на обеспечение этики поведения и социальной ответственности. И наконец, дайте ответы на следующие вопросы.

1. Какую роль, как показало ваше посещение этих web-сайтов, может сыграть Интернет в том, чтобы содействовать обеспечению этики поведения и социальной ответственности компаний?
2. Web-сайт какой компании является самым действенным с точки зрения этики поведения и социальной ответственности? Что, по вашему мнению, делает этот сайт самым лучшим?
3. Web-сайт какой компании является самым неэффективным с точки зрения этики поведения и социальной ответственности? Что, по вашему мнению, делает этот сайт самым худшим?
4. Как web-сайты, которые вы посетили, влияют на ваше представление об этих компаниях как потенциального инвестора? Как потенциального работника? Как потенциального поставщика?
5. Если бы вас попросили дать совет, на какие аспекты этики поведения и социальной ответственности вы бы посоветовали руководству каждой компании обратить свое внимание, учитывая ту информацию, которую вы получили на ее web-сайте?

Задание 6

Лидирующее положение на американском рынке компьютерной техники занимают отечественные компании, такие как *IBM*, *Apple*, *Hewlett-Packard* и *Dell*. С другой стороны, на американском рынке бытовой электроники доминируют японские бренды, такие как *Sony*, *JVC*, *Panasonic*, *Mitsubishi* и *Toshiba*. Однако на американском рынке сбыта автомобилей в равной степени сильны позиции как отечественных компаний (*Ford* и *General Motors*), так и их японских конкурентов (*Toyota* и *Honda*). Выберите одну из упомянутых выше отраслей. Изложите свою точку зрения на то, почему в названных отраслях промышленности существуют различные закономерности распределения долей на рынке между отечественными и иностранными компаниями. На следующем этапе проанализируйте возможности каждой из теорий международной торговли

(ориентированных на страны и на компании), в контексте той отрасли промышленности, которую выбрали. Попробуйте определить, какая теория является самой лучшей и самой худшей моделью прогнозирования реальных условий международной торговли в контексте вашей конкретной отрасли. Необходимо найти ответы на следующие вопросы.

1. Работают ли некоторые теории лучше в контексте различных отраслей промышленности?

Почему?

2. Какие еще отрасли, по вашему мнению, могли бы соответствовать каждой из трех ситуаций, описанных в начале раздела?

3. Применимы ли те же теории и к этим отраслям?

4. Основываясь на том, что вам известно о японском рынке, определите, применили на этом рынке та же модель конкурентной борьбы, которая существует в Соединенных Штатах в таких отраслях, как производство компьютеров, бытовой электроники и автомобилестроительная промышленность. Обоснуйте свои выводы.

Задание 7

Оценка торговых барьеров

Торговые ограничения, введенные в отдельных странах, достаточно часто отрицательно сказываются на способности компаний продавать свою продукцию на рынках зарубежных стран. Ваша задача состоит в том, чтобы выбрать одну из отраслей или один из продуктов и составить отчет о торговых или инвестиционных ограничениях, введенных какими-либо пятью странами на импорт этого продукта. В число этих пяти стран может входить только одна страна — член Евросоюза, так как все страны ЕС придерживаются общей политики в сфере международной торговли. Существует много источников полезной информации, доступных и в печатной форме, и в Интернете. Администрация торгового представительства США ежегодно публикует аналитические обзоры торговых ограничений, которые вводятся другими странами, в «Докладе по вопросам зарубежных торговых ограничений» (National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers). В этом докладе представлено также подробное описание развития текущих торговых конфликтов между США и другими странами. В странах Евросоюза источником аналогичной информации служит «База данных о доступе на рынки по отраслям и о торговых ограничениях» (Market Access Sectoral and Trade Barriers Database); Формирование национальной торговой политики, эта информация доступна на web-сайте ЕС. На web-сайте Таможенной службы США представлена информация о таможенных тарифах, введенных Соединенными Штатами. Другие организации, такие как Всемирная торговая организация и отраслевые торговые ассоциации, также публикуют полезную информацию.

Задание 8

Процесс проникновения компании *Heineken* на новый рынок состоит из следующих шагов, предназначенных для максимизации потенциальных прибылей компании на этом рынке.

1. На первоначальном этапе проникновение в большинстве случаев заключается в экспорте пива на новый рынок с целью повышения уровня узнаваемости и укрепления имиджа бренда «Heineken».

2. Если продажи выглядят многообещающими, компания предоставляет лицензию местной пивоваренной компании на выпуск и продажу пива «Heineken». Этот шаг позволяет компании *Heineken* увеличить объем продаж и в то же время лучше ознакомиться с деятельностью местных сетей распределения продукции.

3. Если лицензирование также дает многообещающие результаты, компания *Heineken* либо выкупает часть местной пивоваренной компании, либо создает совместное предприятие с этой компанией.

Конечным результатом проникновения компании *Heineken* на новый рынок именно таким способом является двухуровневая модель рынка с дорогостоящим пивом марки «Heineken» на верхнем уровне и дешевыми напитками местных брендов на нижнем; при этом продукты, находящиеся на обоих уровнях, выпускаются на одном и том же предприятии, продаются одними и теми же продавцами через одну и ту же сеть распределения.

После ознакомления с текстом и анализа подхода, который использует компания *Heineken* при проникновении на новый рынок выполните следующие задания.

1. Идентифицируйте по меньшей мере пять знакомых вам продуктов или брендов, для сбыта которых на зарубежных рынках можно было бы использовать тот же трехэтапный подход, который применяет компания *Heineken*.

2. Идентифицируйте по меньшей мере пять знакомых вам продуктов или брендов, для сбыта которых на зарубежных рынках нельзя было бы использовать эту стратегию. Сформулируйте четкое логическое обоснование каждого из этих случаев.

3. Назовите факторы, которые позволяют компании *Heineken* использовать описанный выше подход и препятствуют некоторым другим компаниям следовать по тому же пути. Компании каких типов с наибольшей и наименьшей степенью вероятности могли бы воспользоваться этим подходом?

4. Что нового вы узнали о международном бизнесе, выполняя это упражнение?

Задание 9

Выберите страну, которая представляет для вас интерес и о которой вы можете легко найти необходимую информацию (например, Японию или Бутан). Пользуясь материалами, имеющимися в библиотеке, соберите как можно больше информации о поведении людей из выбранной вами страны. Сосредоточьте свое внимание на следующих социальных явлениях, основанных на культурных особенностях этой страны:

4 смысл, которым жители этой страны наделяют некоторые распространенные английские слова;

4 смысл, которым они наделяют распространенные жесты;

4 как они интерпретируют основные цвета;

4 основные правила делового этикета, которым они следуют;

4 их предпочтения относительно личного пространства;

4 как можно охарактеризовать эту страну с точки зрения теории Хофстеде.

Далее объедините свои усилия с одним из членов вашей группы, который выбрал другую страну. Каждый из вас должен выбрать продукт или товар, который производится в стране, являющейся предметом вашего исследования (среди этих продуктов могут быть бананы, нефть или детали для различных механизмов). Попытайтесь заключить контракт о продаже вашего продукта или товара вашему партнеру. В процессе ведения переговоров о заключении

контракта попытайтесь сыграть роль представителя страны, которую вы изучаете, как можно более достоверно. Например, если представителей культуры этой страны оскорбляют некоторые жесты, а представитель другой стороны переговоров сделал один из таких жестов, — продемонстрируйте то, что вы оскорблены. Отведите приблизительно 15 минут на ведение переговоров. Потом еще на протяжении 15 минут обсудите с членом вашей группы, каким образом культурное происхождение, которым руководствовался каждый из вас, повлияло (или могло повлиять) на процесс ведения переговоров.

Дополнительные вопросы

1. Насколько легко или трудно смоделировать поведение представителя другой страны?

2. Какие еще меры предварительной подготовки менеджеры могут предпринять о начала переговоров с представителями другой страны?

Задание 10

Ajax Alarms — средняя по величине американская фирма, торгующая будильниками. Сама фирма разрабатывает конструкцию и составляет спецификацию, а производством занимается южнокорейский подрядчик, который отправляет готовую продукцию непосредственно на склад *Ajax Alarms* в Канзасе. Будильники «А́jax» продаются по всей территории США и Канады. В большинстве своем они имеют яркую раскраску и всегда отличаются чем-нибудь новеньким. К примеру, одна из самых популярных моделей выполнена в виде пластикового петуха и будит своих пользователей петушиным криком. В прошлом году фирма отчиталась о прибыли в размере \$5 млн при общей выручке от реализации чуть более \$50 млн. Менеджеры *Ajax* определили, что возможности для развития компании в США и Канаде исчерпаны и что для продолжения роста необходимо проникать на новые рынки. Они решили начать с Мексики. Вас, всемирно известного консультанта по маркетингу, пригласили в *Ajax* помочь. Ваша задача — составить для фирмы маркетинговый план. *Ajax* поручает вам решить вопросы продуктовой политики, ценообразования, продвижения и дистрибуции. При составлении плана не забудьте учесть дилемму стандартизации/адаптации, правовое регулирование, культурные воздействия, экономические факторы и вопросы брендинга. Постарайтесь дать клиенту конкретные рекомендации, например, относительно использования определенных средств рекламы (разумеется, доводы необходимо обосновать или подкрепить фактами). Если в отдельных областях вы не располагаете достаточной информацией, отметьте, на какие конкретно вопросы из этой области фирма должна найти ответы. Например, если вы не можете рекомендовать ценовую политику, опишите, какую информацию должна собрать и оценить *Ajax*, чтобы принять решение относительно цены.

Шкала оценивания студента

Оценка	Требования к знаниям
5, «отлично»	<ul style="list-style-type: none"> - разработка информационной системы управления предприятием; - создании принципиально нового, либо наличие определенных элементов новизны в проекте; - изменение некоторой системы и является целенаправленным ее переводом из существующего в некоторое желаемое состояние; - реализация проекта с максимально возможной эффективностью при ограничениях по времени, финансовым и материальным ресурсам, а также качеству конечных результатов проекта
4, «хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> - разработка информационной системы управления предприятием; - создании принципиально нового, либо наличие определенных элементов новизны в проекте; - изменение некоторой системы и является целенаправленным ее переводом из существующего в некоторое желаемое состояние
3, «удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - разработка информационной системы управления предприятием; - создании принципиально нового, либо наличие определенных элементов новизны в проекте
2, «неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - разработка информационной системы управления предприятием

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

Занятия по дисциплине «Международная бизнес среда» представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия, а также самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с расчетом основных показателей, с обсуждением проблемных вопросов и вырабатывают свое мнение по поводу решения основных вопросов в сфере исследовательской деятельности.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к экзамену.

Текущая аттестация по дисциплине «Международная бизнес среда» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- ☐ учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- ☐ степень усвоения теоретических знаний;
- ☐ уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- ☐ результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Написание эссе студентами по заранее заданным темам. Написание эссе способствует формированию умения применять основные методики анализа информации, синтеза, а также студенты учатся строить собственные умозаключения и выводы на основе проанализированной информации. В ходе написания эссе студенты учатся последовательно и логично излагать собственные мысли.

Объем эссе не должен быть менее 10, но не более 15 страниц текста, включая титул и список литературы.

Критерии оценки эссе:

Оценка «удовлетворительно» предполагает: полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка «хорошо» ставится: полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка «отлично» предполагает: полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы.

Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Критерии оценки участия студента в кейсах и дискуссиях

Учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), а также – умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Шкала оценивания

Мини-реферат и презентация, текст эссе, участие в кейсе и дискуссии оценивается: 0
– 5 баллов.
5 баллов – оценка «отлично»
3-4 балла – оценка «хорошо»
1-2 балла – оценка «удовлетворительно»
0 баллов – оценка «неудовлетворительно»
Максимальный балл – 5.

Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса.

Оценка результатов тестирования может проводиться следующим способом по 5-балльной системе, когда ответы студентов оцениваются следующим образом:

- «отлично» – более 90% ответов правильные;
- «хорошо» – более 80% ответов правильные;
- «удовлетворительно» – более 70% ответов правильные.

Студенты, которые правильно ответили менее чем на 70% вопросов, должны в последующем пересдать тест. При этом необходимо проконтролировать, чтобы вариант теста был другой.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал, относящийся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов
1	1. Введение в международный бизнес. 2. Роль МНК в современном мире. 3. Региональная экономическая интеграция 4. Этика и дипломатия в международном бизнесе	18
2	1. Культурная среда 2. Политическая и правовая среда 2. Экономическая среда	17
3	1. Теории международной торговли 2. Государственное воздействие на торговлю 3. Международные рейтинги стран (по уровню политической свободы, экономической свободы, рейтинги коррумпированности и экономических преступлений и т.д.)	17
4	1. Международная валютная система. Определение курсов валют 2. Финансовые рынки 2. Прямые иностранные инвестиции	18
	Итого:	70

6.2. Вопросы для самопроверки и рекомендуемая литература

№ раздела	Вопросы для самопроверки	Список рекомендуемой литературы
-----------	--------------------------	---------------------------------

1	<ol style="list-style-type: none"> 1. История развития международного предпринимательства. 2. Предпринимательская деятельность в России с древних времен до настоящего времени. 3. Правовые основы мирового бизнеса. 4. Технологические аспекты мирового бизнеса. 	<p>Основная литература: №№ 1</p> <p>Дополнительная литература: №№ 2, 6, 8-10</p>
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Международный бизнес в агропромышленном комплексе. 2. Международный бизнес в топливно-энергетическом комплексе. 3. Международный бизнес в металлургическом комплексе. 4. Международный бизнес в машиностроительном комплексе. 5. Мировой транспорт. 	<p>Основная литература: №№ 1,</p> <p>Дополнительная литература: №№ 1, 3, 5, 7, 8, 10</p>
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование национальной торговой политики в эпоху глобализации. 2. Россия в международной торговле. 3. Современные формы и методы международной торговли. 4. Международная торговля услугами: посредники во внешнеэкономической деятельности, инжиниринг. 	<p>Основная литература: №№ 1</p> <p>Дополнительная литература: №№ 4, 5, 7, 8-10</p>
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в ЕС. 2. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в Японии. 3. Государственное регулирование международного бизнеса в РФ. 4. Государственное регулирование международного бизнеса на внутрирегиональном уровне: мировой опыт и российская практика. 	<p>Основная литература: №№ 1,</p> <p>Дополнительная литература: №№ 2, 6, 8-10</p>

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента. Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов, ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет",

включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Лашко С.И., Пастухова И.О. Международный бизнес. PR и рекламное дело, г. Краснодар Южный институт менеджмента, учебное пособие, 2011-235с.
2. Лашко С.И., Пастухова И.О. Международный бизнес. Переговоры, контакты, контракты, г. Краснодар Южный институт менеджмента, учебное пособие, 2011-163с.
3. Хмелев И.Б. Основы международного бизнеса, г. Москва Евразийский открытый институт, учебно-методическое пособие, 2012-131с.

9.2.Дополнительная литература

1. Арустамов Э.А. Основы бизнеса, г. Москва Дашков и К, учебник, 2012-230с.
2. Бочаров С.А., Иванов А.А., Олейников С.Я., Кузьмина А.А. Основы бизнеса г. Москва Евразийский открытый институт, учебное пособие, 2011-464с.
3. Медведева Е.А Основы международного бизнеса г. Москва Евразийский открытый институт, учебное пособие, 2008-116с.
4. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса г. Москва Московский финансово-промышленный университет «Синергия», учебник, 2012-230с.

9.3.Интернет ресурсы

www.rts.ru	Официальный сайт фондовой биржи Российской торговой системы (РТС)
www.micex.ru	Сайт фондовой биржи ММВБ
www.finam.ru	Обзор финансового рынка Инвестиционного холдинга "ФИНАМ"
www.quote.ru	Обзор финансового рынка от РосБизнесКонсалтинг
www.rusbonds.ru	Интернет-проект Информационного Агентства Финмаркет - RusBonds , посвященный российским облигациям
www.cbr.ru	Официальный сайт Банка России
www.stockportal.ru	Путеводитель по фондовому рынку
www.minfin.ru	Официальный сайт Министерства финансов России
www.factoring.ru	Национальная факторинговая компания
www.fd.ru	Сайт журнала «Финансовый директор»
www.finansmag.ru	Сайт журнала «Финанс»
www.quote.ru	Обзор рынка РосБизнесКонсалтинг
www.ipocongress.ru	Обзор рынка публичных размещений российских эмитентов
www.offerings.ru	Обзор IPO и частных размещений в России

9.4. Перечень информационных технологий, программного обеспечения и справочных систем

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
2. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
3. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека

4. www.biznes-karta.ru / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
5. www.rbs.ru / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
6. www.aport.ru / - Поисковая система
7. www.rambler.ru / - Поисковая система
8. www.yandex.ru / - Поисковая система
9. www.businesslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
10. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
11. <http://www.garant.ru/> - Гарант

6. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике,
бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»