

Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

*Л. Н. Костина*  
Л. Н. Костина  
*10.06* .2017 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ


«Управление международным бизнесом»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Управление международным бизнесом»,  
«Управление малым бизнесом»,  
«Менеджмент в непроизводственной сфере»,  
«Управление в сфере экономической конкуренции»

Донецк  
2017

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление международным бизнесом» для студентов 4 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Управление международным бизнесом», «Управление малым бизнесом», «Менеджмент в непромышленной сфере», «Управление в сфере экономической конкуренции») очной/заочной форм обучения

Автор(ы), разработчик(и): ст. преподаватель Н.Г. Яблонская   
должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

Программа рассмотрена на заседании ПМК кафедры «Менеджмент внешнеэкономической деятельности»

Протокол заседания ПМК от 30.05.2017 г. № 11  
дата

Председатель ПМК  Е.И. Кулик  
(подпись) (инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на заседании кафедры «Менеджмент внешнеэкономической деятельности»

Протокол заседания кафедры от 09.06.2017 г. № 16  
дата

Заведующий кафедрой  И.Ю. Беганская  
(подпись) (инициалы, фамилия)

## 1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Цель: формирование у студентов системного представления о сущности, планировании и организации международного бизнеса, общих тенденциях развития международного бизнеса, особенностях международной среды, в которой осуществляется экономическая деятельность субъектов международного бизнеса, а также освоение концепции и методологии системного подхода к управлению международным бизнесом.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение основных понятий и теоретических концепций управления международным бизнесом;

- формирование у студентов понимания особенностей и специфики ведения бизнеса в международной деловой среде;

- изучение основных приемов и формирование у студентов навыков, связанных с анализом бизнес-операций и использованием экономических инструментов, характеризующих интенсивность параметров развития форм и видов бизнеса в международной среде;

- развитие у студентов навыков, необходимые для самостоятельного приобретения и использования в профессиональной деятельности знаний и умений, позволяющих определять особенности механизма управления бизнес-процессами в сфере международного бизнеса;

- обучение студентов работе в малых группах, решению конкретных ситуаций (case-studies), публичным выступлениям и ведению дискуссий по актуальным проблемам управления международным бизнесом.

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<b>Знать:</b> - основные понятия в сфере управления международным бизнесом; - теоретические концепции управления и факторы формирования международного бизнеса.
		<b>Уметь:</b> - анализировать экономическую и статистическую информацию, необходимую для принятия управленческих решений в международном бизнесе; - различать бизнес-операции, характерные для международного бизнеса; - определять специфику управления международным бизнесом в различных странах.
		<b>Владеть:</b> - принципами формирования международного бизнеса; - современными методами и приемами

		управления бизнес-операциями в международной среде.
ОК-6	Способностью самоорганизации самообразованию	Знать: - содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.
		Уметь: - планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности; - самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.
		Владеть: - приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности. - технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: - основные понятия, профессиональную терминологию в области управления международным бизнесом и принятия организационно-управленческих решений; - общий процесс, технологии, принципы и методы управления международными бизнес-операциями и специфику организационно-управленческих решений и оценку их последствий в международной среде; - формы ответственности за принятые организационно-управленческие решения.

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации в международном бизнесе, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на процесс принятия организационно-управленческих решений;</li> <li>- обосновывать выбор принимаемых организационно-управленческих решений; анализировать принимаемые организационно-управленческие решения и оценивать их последствия;</li> <li>- нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками принятия организационно-управленческих решений в международной бизнес-среде для достижения максимального результата в профессиональной деятельности;</li> <li>- методами и технологиями принятия организационно-управленческих решений;</li> <li>- технологиями профессионального роста;</li> <li>- совокупностью знаний, умений, навыков, способов деятельности, порождающих готовность будущего специалиста к осуществлению профессиональной деятельности в любой ситуации;</li> <li>- осознанием социальной значимости будущей профессиональной деятельности.</li> </ul>
ПК-1	<p>Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные теории мотивации, лидерства и власти.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и</li> </ul>

		принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: - стратегии организации международного бизнеса и их влияние на обеспечение его конкурентоспособности; - современную теорию и практику стратегического анализа в международной среде.
		Уметь: - разрабатывать бизнес-планы по развитию международного бизнеса с учетом конкурентоспособности; - анализировать возможные варианты стратегического развития в международной среде; - принимать и реализовывать управленческие решения исходя из особенностей международной среды и специфики международных бизнес-операций..
		Владеть: - различными способами и навыками стратегического анализа; - методами разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности в международном бизнесе.

## 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Управление международным бизнесом» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. По курсу «Управление международным бизнесом» предусмотрены лекции (24 часа), семинарские занятия (24 часа). На самостоятельное изучение отводится 96 часов.

### 2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Изучение дисциплины «Управление международным бизнесом» основано на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных при изучении дисциплин: «История управленческой мысли», «Международные экономические отношения», «Теория организации», «Организационное поведение».

### 2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Полученные знания и умения при освоении дисциплины «Управление международным бизнесом» необходимы для изучения дисциплин: «Стратегический менеджмент» и написания выпускной квалификационной работы (дипломной работы).

**3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента**

	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр №7	Семестр №7
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>4</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>Количество часов на вид работы:</b>	
<b>Виды учебной работы, из них:</b>					
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>				<b>48</b>	<b>8</b>
В том числе:					
Лекции				<b>24</b>	<b>4</b>
Семинарские занятия				<b>24</b>	<b>4</b>
<b>Самостоятельная работа, в т.ч. курсовая работа (всего)</b>				<b>96</b>	<b>136</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>					
В том числе:					
экзамен				экзамен	экзамен

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

**4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Раздел 1. Общие основы управления международным бизнесом</b>										
Тема 1.1. Управление международным бизнесом: сущность и особенности	2		2	6	10	2		2	10	14
Тема 1.2. Среда международного бизнеса	2		2	6	10				10	10
Тема 1.3. Предприятия	2		2	8	12			2	10	12

и организационные формы в международном бизнесе										
Тема 1.4. Стратегические аспекты международного бизнеса	2		2	8	12				10	10
Тема 1.5. Международный маркетинг и стратегии проникновения на зарубежные рынки	2		2	8	12				12	12
Тема 1.6. Транспортно-логистическое обеспечение международных бизнес-операций	2		2	8	12	2			10	12
<b>Итого по 1 разделу:</b>	<b>12</b>		<b>12</b>	<b>44</b>	<b>68</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>62</b>	<b>70</b>
<b>Раздел 2. Основные модели ведения международного бизнеса</b>										
Тема 2.1. Экспортно-импортная модель международного бизнеса	2		2	8	12				12	12
Тема 2.2. Лицензионная модель международного бизнеса	2		2	8	12				12	12
Тема 2.3. Инвестиционная модель международного бизнеса	2		2	8	12				12	12
Тема 2.4. Электронная коммерция в международном бизнесе	2		2	8	12				12	12
<b>Итого по 2 разделу:</b>	<b>8</b>		<b>8</b>	<b>32</b>	<b>48</b>				<b>48</b>	<b>48</b>
<b>Раздел 3. Финансовые аспекты бизнес-операций в международном бизнесе</b>										
Тема 3.1. Финансирование международных бизнес-операций	2		2	10	14				12	12
Тема 3.2. Формы расчетов в международном бизнесе	2		2	10	14				14	14
<b>Итого по 3 разделу:</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>20</b>	<b>28</b>				<b>26</b>	<b>26</b>
<b>Всего за семестр:</b>	<b>24</b>		<b>24</b>	<b>96</b>	<b>144</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>136</b>	<b>144</b>



## 4.2. Содержание разделов дисциплины:

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
<b>Раздел 1. Общие основы управления международным бизнесом</b>				
Тема 1.1. Управление международным бизнесом: сущность и особенности	Сущность международного бизнеса. Значение международного бизнеса. Особенности организации международного бизнеса. Формы организации международной предпринимательской деятельности: экспорт и импорт, зарубежные инвестиции, лицензирование, франчайзинг и управленческие контракты. Международная компания, многонациональная корпорация. Стратегические альянсы в международном бизнесе.	<b>Семинарское занятие №1:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
		1. Сущность международного бизнеса и его характеристика. 2. Значение международного бизнеса. 3. Формы организации международной предпринимательской деятельности.		
Тема 1.2. Среда международного бизнеса	Сущность и структура среды международного бизнеса. Внутренняя и внешняя среда. Черты международной среды. Нейтральная международная среда. Многонациональная среда. Транснациональная среда. Глобальная среда. Границы бизнеса. Неконтролируемые факторы. Основные элементы анализа внешней среды международного бизнеса.	<b>Семинарское занятие №2:</b>	<b>2</b>	
		1. Сущность среды международного бизнеса. 2. Характеристика элементов структуры бизнес-среды.		
Тема 1.3. Предприятия и организационные формы в международном бизнесе	Предприятие как субъект международного бизнеса. Специфические черты предприятия. Признаки предприятий-субъектов ВЭД. Контрагенты. Критерии выбора контрагентов. Отличие фирмы от предприятия. Классификация фирм, действующих на мировом рынке. Головная (материнская) компания, международный трест, Концерн, конгломераты. Многоотраслевые	<b>Семинарское занятие №3:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
		1. Предприятие как субъект международного бизнеса 2. Организационные формы осуществления международного бизнеса. 3. Особенности новых форм международного		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
	международные компании, международная финансово-промышленная группа (МФПГ). Неакционерные формы международного сотрудничества: лицензионные соглашения, соглашения об управлении, международная субконтракция, соглашения типа франчайзинг; договоры траста.	бизнеса в процессе транснационализации мировой экономики		
Тема 1.4. Стратегические аспекты международного бизнеса	Стратегическое планирование международного бизнеса, его значение в современных условиях. Этапы стратегического планирования. Внешний и внутренний анализ. Сильные и слабые стороны, угрозы возможности. Стратегия контроля за расходами, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования. Критерии эффективности стратегии. Модели стратегического управления в корпорациях. Ограниченный рост, рост, сокращение, объединение.	<b>Семинарское занятие №4:</b>	<b>2</b>	
		1. Сущность стратегического планирования международного бизнеса. 2. Процесс стратегического планирования и его этапы. 3. Модели стратегического управления в корпорациях.		
Тема 1.5. Международный маркетинг и стратегии проникновения на зарубежные рынки	Значение маркетинга в управлении. Сущность понятия международного маркетинга, этапы его развития. Стадии планирования маркетинга. Факторы маркетинговой среды (контролируемые и неконтролируемые). Исследования зарубежных рынков: цель, методы и инструменты. Способы проникновения компаний на зарубежные рынки. Преимущества и недостатки моделей ведения международного бизнеса.	<b>Семинарское занятие №5:</b>	<b>2</b>	
		1.Международный маркетинг, его место и роль в управлении предприятием. 2. Маркетинговые исследования на зарубежных рынках. 3. Способы проникновения компаний на зарубежные рынки и соответствующие им модели ведения международного бизнеса.		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Тема 1.6. Транспортно- логистическое обеспечение международных бизнес-операций	Сущность и виды логистики. Производственная, закупочная, транспортная, распределительная, информационная, логистика. Каналы распределения. Международные логистические издержки. Международные транспортные операции как объект логистического управления. Базисные условия поставки. Инкотермс - 2010. Логистика транспортно- экспедиционного обслуживания торговых перевозок. Роль посреднических структур при их осуществлении.	<b>Семинарское занятие № 6:</b>	<b>2</b>	
		1. Сущность и виды логистики. 2. Международные транспортные операции как объект логистического управления. 3. Логистика транспортно- экспедиционного обслуживания международных перевозок		
<b>Раздел 2. Основные модели ведения международного бизнеса</b>				
Тема 2.1. Экспортно-	Сущность внешнеторговой операции, ее отмена от внешней	<b>Семинарское занятие №7:</b>	<b>2</b>	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
импортная модель международного бизнеса	сделки. Понятие и виды экспортно-импортных операций. Методы осуществления международных коммерческих операций. Виды и функции посредников. Процедура подготовки и осуществления экспортных и импортных сделок.	1. Понятие и виды экспортно-импортных операций 2. Методы осуществления экспортно-импортных операций. 3. Механизм осуществления экспортно-импортных операций.		
Тема 2.2. Лицензионная модель международного бизнеса	Содержание понятия лицензионная модель международного бизнеса. Международный обмен технологиями. Виды технологий, которые передаются. Объекты промышленной стоимости. Операции по торговле патентами и лицензиями, преимущества и недостатки торговли лицензиями. Виды лицензий и вознаграждений (роялти, паушальный платеж, комбинированный). Содержание понятия "международный инжиниринг". Специфические особенности инжиниринга как внешнеэкономической операции. Реинжиниринг и его виды.	<b>Семинарское занятие № 8:</b>	2	
Тема 2.3. Инвестиционная модель	Сущность международного инвестирования, мотивы инвестиционной деятельности.	1. Характеристика лицензионной модели. 2.Международный обмен технологиями. 3.Международный инжиниринг		
		<b>Семинарское занятие № 9:</b>	2	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
международного бизнеса	Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность. Источники прямого инвестирования ТНК. Типы прямого зарубежного инвестирования. Классические формы международного производственного кооперирования. Современные схемы развития международной производственной кооперации. Инвестиционный климат. Оценка инвестиционного климата государств. Рейтинговые агентства.	1. Характеристика инвестиционной модели международного бизнеса. 2. Международная производственная кооперация (МПК) как составляющая часть инвестиционной модели. 3. Инвестиционный климат.		
Тема 2.4. Электронная коммерция в международном бизнесе	Сущность электронной коммерции. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Сущность модели B2B (Business-To-Business) и B2C (Business-To-Customer/Consumer). Функционирование торговых площадок. Работу электронных аукционов и интернет-магазинов. Роль мобильной коммерции. Преимущества и недостатки удаленной (дистанционной) работы. Специфика работы электронного правительства.	<b>Семинарское занятие № 10:</b>	<b>2</b>	
		1. Электронная коммерция: сущность, преимущества и недостатки. 2. Основные модели электронной коммерции и особенности их реализации. 3. Использование электронной коммерции в различных сегментах экономики и международного бизнеса: текущее состояние и перспективы		
<b>Раздел 3. Финансовые аспекты бизнес-операций в международном бизнесе</b>				
Тема 3.1. Финансирование международных	Традиционные формы финансирования деятельности экспортеров.	<b>Семинарское занятие № 11:</b>	<b>2</b>	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
бизнес-операций.	Инструменты торгового финансирования. Сущность финансирования с участием институтов страхования и гарантирования экспорта. краткосрочное кредитование. Виды договорных гарантий. Факторинг и его виды. Сущность форфейтинга.	1. Формы финансирования международной предпринимательской деятельности. 2. Факторинг и форфейтинг как инструменты финансирования международных бизнес-операций. 3. Финансирование международных операций компании с участием институтов страхования и финансирования экспорта.		
Тема 3.2. Формы расчетов в международном бизнесе	Сущность международных расчетов и валютных операций. Основные формы международных расчетов. Аккредитивная и инкассовая формы расчета. Валютно-финансовые условия внешнеторговых контрактов. Валютные риски. Кредитование внешней торговли.	<b>Семинарское занятие № 12:</b> 1. Сущность и особенности международных расчетов 2. Основные формы международных расчетов	<b>2</b>	

## 5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### 5.1 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

1. Управление международным бизнесом: конспект лекций для студентов 4 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Управление международным бизнесом») очной/заочной форм обучения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12&browse=courses&perpage=20&page=0>

2. Управление международным бизнесом: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 4 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль подготовки «Управление международным бизнесом», «Управление малым бизнесом», «Менеджмент в непромышленной сфере», «Управление в сфере экономической конкуренции») очной

и заочной форм обучения. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12&browse=courses&perpage=20&page=0>

3. Міжнародний маркетинг [текст]: практикум / Т.В. Семенова, Т.В.Коняхіна, С.С.Олейнікова. - Донецьк: ДонДУУ, 2008.-175с.

4. Батченко Л.В., Кулешова Л.В., Коняхіна Т.В. Навчально-методичний посібник з дисципліни “Транснаціональні корпорації” для студентів спеціальності “Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. (частина 1, частина 2).

### **Перечень контрольных вопросов для самоподготовки:**

1. Характеристика элементов структуры бизнес-среды и управление ими.
2. Особенности новых форм международного бизнеса в процессе транснационализации мировой экономики
3. Модели стратегического управления в корпорациях.
4. Международные транспортные операции как объект логистического управления.
5. Международная производственная кооперация (МПК) как составляющая часть инвестиционной модели.
6. Основные модели электронной коммерции и особенности их реализации.
7. Использование электронной коммерции в различных сегментах экономики и международного бизнеса: текущее состояние и перспективы.
8. Финансирование международных операций компании с участием институтов страхования и финансирования экспорта.
9. Факторы глобальной макросреды.
10. Глобальные направления маркетинговой стратегии.
11. Стратегические ориентации международных компаний.

### **5.2. Перечень основной учебной литературы**

1. Мировая экономика и международный бизнес [Электронный ресурс] / под ред. В.В. Полякова, Р.К. Щенина. - Электрон. дан. и прогр. (695 Мб). - М.: КНОРУС, 2010.
2. Міжнародний менеджмент [текст]: навч. посіб. для студ. : рек. м-вом освіти і науки України / Л.І. Михайлова, О.Ю. Юрченко, Ю.І. Данько, А.М. Михайлов. - К. : ЦУЛ, 2007. - 200 с.
3. Міжнародна інвестиційна діяльність [текст]: практикум / Г.О.Кужелева; ДонДУУ. - Донецьк: Технопарк, 2011. - 49 с.
4. Международный бизнес. Теория и практика : учебник для бакалавров / под ред. А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. — М.: Издательство Юрайт, 2014. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/EE4B3C29-7138-4973-9885-E3EE2703CDC9>
5. Филиппова, И. А. Мировая экономика и международный бизнес: учебное пособие / И. А. Филиппова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2008/Filippova.pdf>
6. Международный бизнес: Учебное пособие / В.А. Михалкин. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znaniium.com/bookread2.php?book=492918>

### **5.3. Перечень дополнительной литературы**

1. Моисеева Н.К. Международный маркетинг и бизнес: учеб. пособие для студентов вузов

- / Н. К. Моисеева. - М.: КУРС : ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
2. Практический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов / [авт.: Э. М. Коротков, М. Б. Жернакова, О. Н. Александрова и др.]; под общ. ред. Э. М. Короткова. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 330 с.
  3. Володько В.Ф. Международный менеджмент: учебное пособие для студ. вузов по спец. "Менеджмент" / В. Ф. Володько. - 2-е изд., перераб. и доп. - Минск : Амалфея, 2009. - 448 с.
  4. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник для студентов вузов / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр : Инфра-М, 2015. - 528 с.
  5. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах / С. П. Мясоедов. - М.: Вершина, 2009. - 320 с.
  6. Артеменко В.Г., Беллиндири М.В. Реинжиниринг в транснациональных корпорациях. - М.: ДИС, НГАЭиУ, 2009. - С. 196-204.
  7. Воронов К.Е., Максимов О.А. Особенности перестройки процессов в международных компаниях. - М.: ИКФ «Альф», 2008. - С. 152-160.
  8. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / под ред. проф. А.С. Булатова, проф. Н.Н. Ливенцева. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 654 с.
  9. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 363 с.
  10. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2012. - 88 с.

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. База данных библиотеки ДонАУиГС
2. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Информационно-аналитическое агентство Bloomberg News: официальный сайт <http://www.bloomberg.com>
4. Европейское статистическое агентство Eurostat: официальный сайт <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
5. Обзорная информация по мировой экономике: официальный сайт <http://www.ereport.ru>
6. Обзоры мировых товарных рынков: официальный сайт <http://www.cmmarket.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
8. Проблемы теории и практики управления: официальный сайт [www.ptpu.ru](http://www.ptpu.ru)
9. Рейтинговое агенство «Эксперт»: офофициальный сайт [www.expert.ru](http://www.expert.ru)

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **7.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)**

Нет необходимости.

### **7.2. Перечень программного обеспечения (при необходимости)**

Нет необходимости.

### **7.3. Перечень информационных справочных систем (при необходимости)**

Нет необходимости.

## **8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций**



## 8.1. Виды промежуточной аттестации – экзамен

### Перечень вопросов к промежуточной аттестации студентов

1. Сущность международного бизнеса и его характеристика.
2. Формы организации международной предпринимательской деятельности.
3. Внешняя среда международного бизнеса.
4. Внутренняя среда международного бизнеса.
5. Характеристика элементов структуры бизнес-среды и управление ими.
6. Предприятие как субъект международного бизнеса.
7. Организационные формы осуществления международного бизнеса.
8. Особенности новых форм международного бизнеса в процессе транснационализации мировой экономики.
9. Сущность стратегического планирования международного бизнеса.
10. Процесс стратегического планирования и его этапы.
11. Модели стратегического управления в корпорациях.
12. Международный маркетинг, его место и роль в управлении предприятием.
13. Маркетинговые исследования на зарубежных рынках.
14. Способы проникновения компаний на зарубежные рынки и соответствующие им модели ведения международного бизнеса.
15. Сущность и виды логистики.
16. Международные транспортные операции как объект логистического управления.
17. Логистика транспортно-экспедиционного обслуживания международных перевозок.
18. Понятие и виды экспортно-импортных операций.
19. Методы осуществления экспортно-импортных операций.
20. Механизм осуществления экспортно-импортных операций.
21. Характеристика лицензионной модели.
22. Международный обмен технологиями.
23. Международный инжиниринг.
24. Характеристика инвестиционной модели международного бизнеса.
25. Международная производственная кооперация (МПК) как составляющая часть инвестиционной модели.
26. Инвестиционный климат.
27. Электронная коммерция: сущность, преимущества и недостатки.
28. Основные модели электронной коммерции и особенности их реализации.
29. Использование электронной коммерции в различных сегментах экономики и международного бизнеса: текущее состояние и перспективы.
30. Формы финансирования международной предпринимательской деятельности.
31. Факторинг и форфейтинг как инструменты финансирования международных бизнес-операций.
32. Финансирование международных операций компании с участием институтов страхования и финансирования экспорта.
33. Сущность и особенности международных расчетов

34. Основные формы международных расчетов
35. Факторы глобальной макросреды.
36. Стратегические ориентации международных компаний.
37. Этапы разработки стратегической маркетинговой программы.
38. Глобальные направления маркетинговой стратегии.
39. Содержание транспортных условий.
40. Виды посредников в ВЭД.

## **8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины.**

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по традиционной (государственной) шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

<b>Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)</b>	<b>Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя</b>	<b>Оценка по государственной шкале</b>	<b>Оценка по шкале ECTS</b>	<b>Определение</b>
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	B	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	C	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	D	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	E	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным количеством недостатков (до 40%)

до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

Оценка на экзамене определяется: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### **8.3. Критерии оценки работы студента.**

Критерии оценки знаний на семинарских занятиях:

«3»- усвоено более 60% материала; студент знаком с основными принципами темы, имеет навыки решения проблемных ситуаций, умеет самостоятельно работать над учебным материалом с использованием учебных литературных источников;

«4»- усвоено более 75% материала; студент хорошо осведомлен в теоретическом материале, хорошо владеет категориальным аппаратом, имеет навыки решения ситуационных упражнений, навыки проблемного анализа, умеет самостоятельно работать над учебным материалов с использованием учебных и научных литературных источников;

«5»- усвоено более 90% материала; студент знаком с теоретическим материалом, владеющий законами, категориями и пояснительной аппаратом конкретно-экономических наук, в состоянии решать все виды задач, способен к оригинальному творческого мышления, способен критически оценить явления, процессы и тенденции в международных финансах, умеет самостоятельно работать над учебным материалом с использованием учебных и научных литературных источников.

Критерии оценивания тестовых заданий:

с помощью коэффициента усвоения  $K = A:P$ , где  $A$  – число правильных ответов в тесте,  $P$  – общее число ответов

Шкала оценивания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Показатели и критерии оценки реферата (презентации):

Характеристика	Баллы
Полнота изложения материала и степень раскрытия проблемы: вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения	20
Исследовательские навыки: наличие четко определенной личной позиции по теме, использование профессиональных терминов, цитат	20
Аналитические навыки и критическое мышление: адекватность аргументов при обосновании личной позиции	20
Оригинальность выводов: стилистическое построение фраз	20
Соблюдение требований к оформлению: аккуратность, форматирование текста	10
Индивидуальная презентация	10
Всего	100

Шкала оценивая:

- 80 – 100 баллов – оценка «отлично»;
- 60 – 79 баллов – оценка «хорошо»;
- 30 – 59 баллов – оценка «удовлетворительно»;
- 0 – 29 баллов – оценка «неудовлетворительно».

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

## ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

### Раздел 1. Общие основы управления международным бизнесом

1. Совокупность действий контрагентов разных стран по подготовке, заключению и исполнению торговой, инвестиционной или иной сделки экономического характера – это:

- а) внешнеэкономический комплекс страны;
- б) внешнеэкономическая операция;
- в) внешнеэкономическая деятельность;
- г) международная деятельность.

2. Если фирма решила начать внешнеэкономическую деятельность, то, прежде всего, необходимо (выберите вариант действий в правильной хронологической последовательности):

а) открыть валютные счета в банке, пройти аккредитацию на таможне, задекларировать в налоговой инспекции наличие или отсутствие за границей валютных ценностей, внести вид - внешнеэкономическая деятельность в устав предприятия;

б) внести вид - внешнеэкономическая деятельность в устав предприятия, пройти аккредитацию на таможне, открыть валютные счета в банке, задекларировать в налоговой инспекции наличие или отсутствие за границей валютных ценностей;

в) внести вид - внешнеэкономическая деятельность в устав предприятия, открыть валютные счета в банке, пройти аккредитацию на таможне, задекларировать в налоговой инспекции наличие или отсутствие за границей валютных ценностей;

г) пройти аккредитацию на таможне, внести вид - внешнеэкономическая деятельность в устав предприятия, открыть валютные счета в банке, задекларировать в налоговой инспекции наличие или отсутствие за границей валютных ценностей.

3. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором компания заключает контракт на выпуск продукции с производителем на зарубежном рынке:

а) подрядное производство;

б) прямой экспорт;

в) совместное владение;

г) управление по контракту.

4. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором зарубежная компания предоставляет капитал в обмен на услуги менеджмента местной компании:

а) управление по контракту;

б) косвенный экспорт;

в) совместное владение;

г) лицензирование.

5. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором компания объединяется с инвесторами на зарубежном рынке с целью создания местного предприятия:

а) подрядное производство;

б) лицензирование;

в) управление по контракту;

г) совместное владение.

6. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором компания создаёт сборочные или производственные предприятия за рубежом:

а) прямое инвестирование;

б) прямой экспорт;

в) совместное владение;

г) управление по контракту.

7. Адаптация маркетингового комплекса к международным рынкам производится, если:

а) потребители в разных странах существенно различаются по основным характеристикам;

б) потребители в разных странах обладают однородными потребностями;

в) потребители путешествуют на большие расстояния, покупая большое количество товаров по всему миру;

г) необходимо снизить себестоимость продукции за счёт эффекта масштаба.

8. Международное подразделение компании может быть организовано по признаку:

а) товарному;

- б) демографическому;
- в) психографическому;
- г) поведенческому.

9. SWOT-анализ не предполагает выявления:

- а) сильных сторон;
- б) слабых сторон;
- в) диверсификации;
- г) угроз.

10. Особые, уникальные, оригинальные свойства организации или, по меньшей мере, качества, которые отличают ее от конкурентов и выявляемые посредством применения SWOT-анализа – это:

- а) возможности компании;
- б) сильные стороны компании;
- в) преимущества компании;
- г) перспективы развития компании.

11. К задачам подготовительного этапа маркетинговых исследований относятся:

- а) определение числа предполагаемых рыночных исследований;
- б) стоимость маркетингового исследования в конкретной стране;
- в) определение целей маркетингового исследования;
- г) организация пробных продаж товара на внешнем рынке.

12. Данные, которые уже где-то существуют, называются:

- а) информационной системой;
- б) вторичной информацией;
- в) маркетинговой информацией;
- г) первичной информацией.

13. К разведочным целям маркетингового исследования относятся:

- а) сбор информации о налогообложении компании;
- б) проведение рыночных тестов;
- в) сбор информации об особенностях функционирования иностранного рынка;
- г) сбор информации для определения проблем и проверки гипотез.

14. Умение предусмотреть цель предприятия, результаты его деятельности и ресурсы, необходимые для достижения этой цели – это:

- а) планирование;
- б) стратегическое планирование;
- в) тактическое планирование;
- г) оперативное планирование.

15. Совокупность действий контрагентов разных стран по подготовке, заключению и исполнению торговой, инвестиционной или иной сделки экономического характера – это:

- а) внешнеэкономический комплекс страны;
- б) внешнеэкономическая операция;
- в) внешнеэкономическая деятельность;
- г) международная деятельность.

## **Раздел 2. Основные модели ведения международного бизнеса**

1. Операции, результатом которых является продажа с последующим вывозом за границу товара, который был ранее импортирован и не подвержен переработке – это:

- а) реэкспортные операции;
- б) экспортные операции;
- в) реимпортные операции;
- г) импортные операции.

2. К основным услугам, которые самостоятельно существуют и не зависят от купли-продажи товаров можно отнести:

- а) транспортные;
- б) арендные;
- в) страховые;
- г) экспедиционные.

3. Прямой метод торговли чаще всего используется при:

- а) при экспорте дорогого и крупногабаритного оборудования;
- б) при реализации второстепенных видов продукции;
- в) при реализации стандартного промышленного оборудования;
- г) при реализации товаров массового спроса.

4. Конструктивное выполнение средств производства и предметов потребляемых, а также их составных частей – это:

- а) полезная модель;
- б) промышленным образцам;
- в) товарным знаком;
- г) «ноу-хау».

5. Знания и опыт незащищенные охранными документами - это:

- а) товарный знак;
- б) «ноу-хау»;
- в) полезная модель;
- г) товарный знак.

6. Патент - это:

а) свидетельство, выданное компетентным органом изобретателю и свидетельствующее о его исключительном праве на использование изобретения;

б) разрешение, выданное или проданное патентообладателем другому лицу на использование объекта промышленной собственности, охраняемого на согласованных между сторонами условиях;

- в) разрешение на право, либо право на выполнение некоторых действий;
- г) документ на совершение каких-либо действий.

7. Периодические отчисления от доходов покупателя в течение периода действия соглашения - это:

- а) паушальный платеж;
- б) роялти;
- в) комбинированный платеж;
- г) проценты.

8. Контракторы – это:

- а) инженерно-консультативные фирмы;
- б) инженерно-строительные фирмы;

- в) фирмы-подрядчики;
- г) франчайзинговые фирмы.

9. Форма соглашения, заключаемого между субъектами бизнеса, один из которых владеет известной торговой маркой, а другой желает использовать этот бренд в своих коммерческих целях – это:

- а) франчайзинг;
- б) инжиниринг;
- в) франшиза;
- г) лицензия.

10. Совокупность элементов, которые находятся в тесном взаимодействии и составляют единую транспортную систему, объединяющую операции, связанные с производством и оборотом продукции – это:

- а) логистика;
- б) транспортное обеспечение;
- в) продукция транспорта;
- г) транспортные услуги.

11. Самый быстрый способ доставки груза во внешнеэкономической деятельности с помощью:

- а) автомобильного транспорта;
- б) ж/д транспорта;
- в) воздушного транспорта;
- г) морского транспорта.

12. Товары, имеющие высокую степень риска, относительно кражи (запчасти автомобилей, офисное оборудование, фармацевтические товары и т.д.), как правило доставляются:

- а) воздушным транспортом;
- б) автомобильным транспортом;
- в) морским транспортом;
- г) ж/д транспортом.

13. Операции, связанные с разрешением споров между получателем груза и покупателем, если таковые имеют место, предъявление претензий к взысканиям, решению их в установленном порядке относятся к:

- а) вспомогательным операциям;
- б) операциям после завершения сделки;
- в) операциям, предшествующим внешнеторговой сделке;
- г) операциям, которые появляются в процессе ее реализации.

14. Последняя редакция ИНКОТЕРМС была проведена в:

- а) 1990 г.
- б) 2015 г.
- в) 2010 г.
- г) 1995 г.

15. Базовое создание объекта, начиная с проектирования и разработки объекта, предоставление планов по его строительству и техническому сопровождению, осуществление авторского надзора за его исполнением - это:

- а) технологический инжиниринг;



- б) реинжиниринг;
- в) консультативный инжиниринг;
- г) международный инжиниринг.

### **Раздел 3. Финансовые аспекты бизнес-операций в международном бизнесе**

1. Банки, финансовые компании, осуществляющие посредничество или предоставляющие вспомогательные финансовые услуги относят к таким субъектам международных расчетов как:

- а) государственные учреждения;
- б) неприбыльные учреждения;
- в) домашние хозяйства;
- г) финансовые корпорации.

2. Денежная сумма или имущественная ценность, которая передается покупателем продавцу до отгрузки товара в счет выполнения обязательств по контракту - это:

- а) открытый счет;
- б) аванс;
- в) аккредитив;
- г) инкассо.

3. Поручение экспортера своему банку получить от импортера непосредственно или через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в установленные сроки - это:

- а) инкассо;
- б) аккредитив;
- в) открытый счет;
- г) перевод.

4. Юридическое лицо, в пользу которого открыт аккредитив – это:

- а) банк-эмитент;
- б) бенефициар;
- в) заявитель;
- г) авизующий банк.

5. Аккредитив, оплата по которому гарантирована, кроме банка-эмитента, другим (подтверждающим) банком называется:

- а) отзывной аккредитив;
- б) безотзывный аккредитив;
- в) подтвержденный аккредитив;
- г) неподтвержденный аккредитив.

6. Факторинговому обслуживанию не подлежат:

- а) предприятия, реализующие свою продукцию на предпродажной основе;
- б) предприятия, занимающиеся производством стандартной продукции;
- в) предприятия с небольшим количеством дебиторов;
- г) предприятия, практикующие бартерные сделки.

7. Основным организатором межбанковских расчетов является:

- а) брокерская фирма;
- б) коммерческий банк;

в) НБУ;

г) дилер.

8. Документ, удостоверяющий передачу права собственности от должника к кредитору в качестве обеспечения оплаты долга, - это:

а) закладная;

б) лизинговое соглашение;

в) варрант;

г) коносамент.

9. Форфейтинг, как специфическая финансирования, распространяется:

а) на любые виды финансово-хозяйственной деятельности (ФХД) предприятия;

б) на внешнеторговую деятельность предприятия;

в) только на ФХД предприятий малого бизнеса и предпринимательства;

г) на ФХД отечественных инвесторов в отдельных регионах страны.

10. Гарантия, которая представляет собой обязательство банка, страховой компании или другой стороны (гаранта), которое предоставляется по просьбе поставщика товаров (услуг) или другого подрядчика (принципала) покупателю или заказчику (бенефициару) – это:

а) гарантия возврата платежей;

б) гарантия исполнения;

в) тендерная гарантия;

г) гарантия по требованию.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К РАССМОТРЕНИЮ НА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЯХ:**

### **На семинарское занятие № 1**

1. Сущность международного бизнеса и его характеристика:

- понятие международного бизнеса;
- основные черты международного бизнеса;
- особенности международного бизнеса.

2. Значение международного бизнеса:

- роль международного бизнеса;
- причины изучения международного бизнеса.

3. Формы организации международной предпринимательской деятельности:

- экспортно-импортные операции;
- прямые иностранные инвестиции и портфельные инвестиции;
- лицензирование;
- франчайзинг;
- управленческие контракты.

### **На семинарское занятие № 2**

1. Сущность среды международного бизнеса:

- Внутренняя среда международного бизнеса
- значимые черты среды международного бизнеса;
- многонациональная среда;
- транснациональная среда;

- глобальная среда.
- 2. Характеристика элементов структуры бизнес-среды:
  - локальная среда;
  - среда прямого воздействия;
  - среда косвенного воздействия;
  - границы бизнеса;
  - факторы глобальной макросреды;
  - социально-культурная среда;
  - экономическая среда;
  - правовая среда;
  - политическая среда.

### **На семинарское занятие № 3**

1. Предприятие как субъект международного бизнеса:
  - специфические черты предприятий в сфере международного бизнеса;
  - критерии классификации фирм, действующих на мировом рынке.
2. Организационные формы осуществления международного бизнеса:
  - понятие «головная (материнская) компания»;
  - международный трест;
  - концерн;
  - конгломерат;
  - многоотраслевые международные компании;
  - международная финансово-промышленная группа.
3. Особенности новых форм международного бизнеса в процессе транснационализации мировой экономики:
  - лицензионное соглашение;
  - франчайзинг (франшиза);
  - международная субконтракция.

### **На семинарское занятие № 4**

1. Сущность стратегического планирования международного бизнеса:
  - международная стратегия фирмы;
  - стратегия корпоративного уровня;
  - стратегии уровня структурных подразделений;
  - функциональные стратегии;
  - стратегические ориентации международных компаний.
2. Процесс стратегического планирования и его этапы:
  - механизм разработки плана;
  - метод портфельного анализа;
  - внешний анализ;
  - внутренний анализ;
  - методы выбора общекорпоративной стратегии.
3. Модели стратегического управления в корпорациях:
  - ограниченный рост;
  - рост;
  - сокращение;
  - объединение.

- стратегии определения источников обеспечения (стратегия импорта);
- стратегии размещения международного производства;
- стратегии сбыта продукции (стратегия экспорта).

#### **На семинарское занятие № 5**

1. Международный маркетинг, его место и роль в управлении предприятием
  - понятие международного маркетинга;
  - факторы международной среды и их влияние;
  - этапы международного маркетинга.
2. Маркетинговые исследования на зарубежных рынках:
  - исследование рынков;
  - исследование потенциальных возможностей предприятия.
  - виды маркетинговых исследований;
  - стратегия сегментации, диверсификации и интернационализации.
3. Способы проникновения компаний на зарубежные рынки и соответствующие им модели ведения международного бизнеса:
  - экспортно-импортная модель;
  - лицензионная модель;
  - инвестиционная модель.

#### **На семинарское занятие № 6.**

1. Сущность и виды логистики:
  - понятие логистики;
  - закупочная логистика;
  - производственная логистика;
  - распределительная (маркетинговая) логистика;
  - транспортная логистика;
  - информационная логистика.
2. Международные транспортные операции как объект логистического управления:
  - транспортное обеспечение;
  - продукция транспорта и ее особенности;
  - группы транспортных операций;
  - международные правила Инкотермс-2010.
3. Логистика транспортно-экспедиционного обслуживания международных перевозок:
  - транспортно-экспедиционное обслуживание;
  - агентские операции;
  - брокерские операции.

#### **На семинарское занятие № 7**

1. Понятие и виды экспортно-импортных операций:
  - понятие «внешнеторговая операция»;
  - виды купли-продажи товаров;
  - основные услуги;
  - вспомогательные услуги.
2. Методы осуществления экспортно-импортных операций:

- прямой метод;
- косвенный метод;
- функции, которые выполняют посреднические фирмы;
- виды посредников в ВЭД.

### 3. Механизм осуществления экспортно-импортных операций:

- этап подготовки к заключению контрактов купли-продажи;
- этап заключения контрактов купли-продажи;
- этап исполнения контрактов купли-продажи.

## **На семинарское занятие № 8**

### 1. Характеристика лицензионной модели:

- понятие лицензионной модели;
- особенности ее использования.

### 2.Международный обмен технологиями:

- содержание операций по торговле научно-техническими знаниями;
- виды передаваемой технологии (изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, а также "ноу-хау").

### 3.Международный инжиниринг:

- понятие международного инжиниринга;
- инжиниринговые услуги;
- комплексный инжиниринг;
- реинжиниринг;
- инженерно-исследовательские фирмы.

## **На семинарское занятие № 9**

### 1. Характеристика инвестиционной модели международного бизнеса:

- отличительные черты инвестиционной модели;
- основные мотивы инвестиционной деятельности;
- источникам прямого инвестирования ТНК;
- типа ПЗИ (создание нового предприятия (greenfield), приобретение действующего предприятия (brownfield), участие в совместных предприятиях).

2. Международная производственная кооперация (МПК) как составляющая часть инвестиционной модели:

- предпосылки производственного кооперирования;
- классические формы международного производственного кооперирования;
- современные схемы развития международной производственной кооперации (кластеры, бизнес-инкубаторы и технопарки).

### 3. Инвестиционный климат:

- понятие «инвестиционный климат»;
- факторы, влияющие на формирование инвестиционного климата;
- сущность понятия «инвестиционная привлекательность»;
- исследования Standard&Poor's, Moody's, аудиторских компаний Emst&Young, PricewaterhouseCoopers, Всемирного банка.

## **На семинарское занятие № 10**

### 1. Электронная коммерция: сущность, преимущества и недостатки:

- понятие «электронная коммерция»;
  - этапы развития электронной коммерции;
  - преимущества ЭК.
2. Основные модели электронной коммерции и особенности их реализации:
- сущность моделей B2B (Business-To-Business), B2C (Business-To-Customer/Consumer);
  - торговые площадки;
  - интернет-аукцион;
  - интернет-магазин.
3. Использование электронной коммерции в различных сегментах экономики и международного бизнеса: текущее состояние и перспективы:
- сущность и специфика мобильной коммерции;
  - удаленная (дистанционная) работа;
  - электронное правительство.

### **На семинарское занятие № 11**

1. Формы финансирования международной предпринимательской деятельности:
- банковское кредитование;
  - инструменты торгового финансирования;
  - краткосрочное кредитование;
  - кредит по открытому счету;
  - покупательский аванс;
  - договорные гарантии.
2. Факторинг и форфейтинг как инструменты финансирования международных бизнес-операций:
- сущность факторинга;
  - история развития факторинга;
  - виды факторинговых операций;
  - сущность форфейтинга.
3. Финансирование международных операций компании с участием институтов страхования и финансирования экспорта:
- институты развития экспорта;
  - сущность деятельности агентства ЭКСАР;
  - кредитные продукты агентства ЭКСАР.

### **На семинарское занятие № 12**

1. Сущность и особенности международных расчетов:
- понятие «международные расчеты»;
  - основные субъекты международных расчетов;
  - факторы, влияющие на выбор формы расчетов.
2. Основные формы международных расчетов:
- документарные формы международных расчетов (аккредитив, инкассо);
  - недokumentарные формы международных расчетов (аванс, открытый счет);
  - преимущества и недостатки форм международных расчетов.

## **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ (ПРЕЗЕНТАЦИЙ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Международный бизнес и международный менеджмент
2. Значение международного менеджмента для экономики государства.
3. Внешняя среда международного бизнеса, основные направления и особенности.
4. Особенности анализа внешней среды.
5. Транснациональные корпорации / многонациональные компании промышленно-развитых стран.
6. Особенности российских финансово-промышленных групп.
7. Холдинги как форма организации многонациональных компаний.
8. Международная стратегия фирмы.
9. Характеристика, организация и процедуры стратегического планирования фирмы.
10. Маркетинговая стратегия и ее особенности в международном бизнесе.
11. Нетрадиционные методы финансирования (встречная торговля, международный лизинг).
12. Факторинг и форфейтинг: понятие, сущность, способы применения.
13. Управление международными инвестициями фирмы.
14. Международный рынок инвестиций
15. Международные инвестиционные риски в международном бизнесе.
16. Особенности мирового технологического развития.
17. Технологическая политика многонациональных компаний.
18. Организация и планирование международных НИОКР: модели размещения.
19. Промышленная кооперация как предпосылка международной бизнес-деятельности.
20. Общее и особенное различных форм международного предпринимательства.
21. Транснациональный бизнес как самостоятельная форма международного предпринимательства.
22. Глобальный бизнес - специфическая форма международного предпринимательства.
23. Совместное предпринимательство в системе международной бизнес-деятельности.
24. Механизм международного бизнеса как система управления.
25. Место и роль посредника в международной бизнес-деятельности.
26. Методы финансирования экспорта.

### **Примерная тематика курсовых работ**

1. Влияние международных компаний на развитие национальных экономик.
2. Человеческая и культурная среда ведения международного бизнеса.
3. Международный бизнес в условиях глобализации.
4. Воздействие особенностей современного международного бизнеса на деятельность отечественных предприятий.
5. Анализ внешней среды предприятия, работающего в системе международного бизнеса (на примере...).
6. Оценка роли международных многонациональных компаний в мировом хозяйстве.
7. Структурные особенности и роль международных стратегических альянсов в современном бизнесе.
8. Характеристика изменений в политико-правовой, экономической, культурной, социодемографической, технологической и природно-географической подсистемах глобальной бизнес-среды.

9. Влияние социокультурной среды на международный бизнес.
10. Мировые товарные рынки в системе международного бизнеса: их структура и конъюнктура.
11. Виды валютных рисков в международном бизнесе и методы управления ими.
12. Роль отдельных правовых форм защиты технологий на международном рынке.
13. Основные институты и рынки международного бизнеса.
14. ТНК: географическая локализация производств и поддерживающая активность.
15. Различия в перспективах и факторах глобальных процессов в международном бизнесе.
16. Типы ТНК и методы их операционной активности на международных рынках.
17. Особенности окружающей среды международного бизнеса в США (Европейском Союзе, Японии, Латинской Америке, Азии, СНГ, России – по выбору студента).
18. Транснационализация международного бизнеса как продукт глобализации.
19. Характеристика различий глобальных альянсов и вертикальная интеграция ТНК.
20. Теория конкурентных преимуществ (М.Porter) как основная теория современного международного бизнеса.
21. Торговые барьеры и протекционизм в международном бизнесе.
22. Развитие и влияние кросс-культурной конкуренции на международный бизнес.
23. Международные переговоры и этика международного бизнеса.
24. Международные организации и усилия по улучшению международной бизнес среды (противодействие взяточничеству, коррупции и отмыванию денег).
25. Анализ стратегии международного бизнеса SWOT, PEST, анализ «пяти сил» М.Porter, Boston Matrix и выбор стратегии (на практическом примере).
26. Выбор каналов дистрибуции для международных компаний.
27. Анализ рисков различных способов вхождения на международные рынки.
28. Модификация маркетинга-микса при выходе фирмы на внешний рынок.
29. Жизненный цикл международной компании и зависимость её маркетинговых решений от его фаз.
30. Информационные технологии в международном бизнесе.
31. Управленческий учет и трансфертное ценообразование в ТНК.
32. Характеристика рыночных стратегии ТНК на международных рынках.
33. Слияния-поглощения, стратегические альянсы и эффект синергии в международном бизнесе (на практическом примере).
34. Методы финансирования международных торговых операций.
35. Международная логистика.
36. Интернационализация бизнеса на основе национальных различий фаз жизненного цикла товара.
37. Интернет-средства в контексте международного бизнеса.
38. Организационно-управленческий, технологический и финансовый аутсорсинг.
39. Организационно-управленческий и технологический инжиниринг.
40. Коммуникативные барьеры в развитии e-бизнеса.
41. Либерализация международного бизнеса E-Commerce.
42. Основные пользователи международного бизнеса (на примере отдельно взятой компании – по выбору студента).
43. Коммуникационные и информационные системы как основа глобальной интеграции международного бизнеса.
44. Стратегические направления организации международного бизнеса: полицентризм, этноцентризм, региоцентризм, региоцентризм, геоцентризм.
45. Выведение новых (инновационных) товаров на глобальный рынок (товар – по выбору студента).
46. Создание сетей и каналов системы международной дистрибуции.
47. Основные аспекты IHRM (International Human Resource Management)



48. Сравнительная характеристика финансирования международных торговых операций крупного, среднего и малого бизнеса.
49. Эволюция концепций международного бизнеса.
50. Товарная политика в международном бизнесе.
51. Основные направления адаптации товара на внешнем рынке.
52. Международные стандарты упаковки и маркировки экспортного товара.
53. Международные торговые марки и бренды.
54. Функции, значение и формы международного посредничества.
55. Ценовая политика в международном бизнесе.
56. Трансфертное ценообразование.
57. Реклама и ее роль в международном бизнесе.
58. Стимулирование сбыта и «PR».
59. Политика продвижения в международном бизнесе.
60. Методы проникновения (выхода) фирмы на зарубежные рынки.
61. Роль ярмарок и выставок в продвижении товаров на внешний рынок.
62. Глобализация товаров как важнейшее направление глобализации международного бизнеса.
63. Кабинетные маркетинговые исследования и источники информации.
64. Основные критерии выбора зарубежного целевого рынка.
65. Анализ конкуренции на внешнем рынке, бенчмаркинг.
66. Организация изучения международного рынка.
67. Создание интегрированных маркетинговых систем коммуникации при продвижении товаров на внешний рынок.

*Для конкретизации тем курсовых работ по согласованию с преподавателем выбирается одна страна или регион. В ходе конкретизации выбирается товар/услуга, а также одна из форм выхода на внешний рынок выбранной страны, чтобы определить и минимизировать объем маркетинговой информации.*

### **8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности**

Процедура оценивания знаний, умений, владений по дисциплине включает учет успешности по всем видам заявленных оценочных средств.

Тесты по разделам проводятся на практических занятиях и включают вопросы по предыдущему разделу. Проводится письменно. Преподаватель следующего занятия проверяет ответы на тестовые задания и на ближайшем семинарском занятии объявляет результат.

Темы докладов-презентаций распределяются на первом занятии, готовые доклады сообщаются в соответствующие сроки.

Устный опрос проводится на каждом семинарском занятии и затрагивает как тематику прошедшего занятия, так и лекционный материал. Применяется групповое оценивание ответа или оценивание преподавателем.

По окончании освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация в виде экзамена, что позволяет оценить совокупность приобретенных в процессе обучения компетенций.

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины должно завершиться овладением необходимыми профессиональными знаниями, умениями и навыками. Этот результат может быть достигнут только после весьма значительных усилий. При этом важными окажутся не только старание и способности, но и хорошо продуманная организация труда студента. В

первую очередь это правильная организация времени.

При изучении дисциплины наименьшие затраты времени обеспечит следующая последовательность действий. Прежде всего, необходимо своевременно, то есть после сдачи экзаменов и зачетов за предшествующий семестр, выяснить, какой объем информации следует усвоить, какие умения приобрести для успешного освоения дисциплины, какие задания выполнить для того, чтобы получить достойную оценку.

Сведения об этом, т. е. списки литературы, темы практических занятий и вопросы к ним, а также другие необходимые материалы имеются в разработанном учебно-методическом комплексе.

Регулярное посещение лекций и практических занятий не только способствует успешному овладению профессиональными знаниями, но и помогает наилучшим образом организовать время, т.к. все виды занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

Важнейшей частью работы студента является изучение существующей практики. Учебник, при всей его важности для процесса изучения дисциплины, как правило, содержит лишь минимум необходимых теоретических сведений. Университетское образование предполагает более глубокое знание предмета. Кроме того, оно предполагает не только усвоение информации, но и формирование навыков исследовательской работы.

В процессе освоения курса при подготовке к занятиям рекомендуется не только использовать предложенную в программном блоке литературу, но и материалы периодических изданий, информацию Internet-ресурсов, баз данных, электронных библиотек.

Работу по конспектированию следует выполнять, предварительно изучив планы практических занятий. В этом случае ничего не будет упущено и студенту не придется конспектировать источник повторно, тратя на это драгоценное время. Правильная организация работы, чему должны способствовать данные выше рекомендации, позволит студенту своевременно выполнить все задания, получить достойную оценку и избежать, таким образом, необходимости тратить время на переподготовку и пересдачу предмета.

При освоении дисциплины необходимо пользоваться материалами конспекта лекций, основной, дополнительной и справочной литературой. Любую тему необходимо изучать в следующей последовательности:

1. Изучить материал лекционного конспекта и соответствующих разделов учебников.
2. Отобрать материал по дополнительным литературным источникам и справочной литературе и изучить его.
3. Составить краткий конспект ответов на поставленные вопросы
  - написать план ответа или краткий конспект, выделить в нем главное и четко структурировать текст;
  - проработать устный или письменный ответ.

В ходе подготовки к занятиям рекомендуется составлять планы – конспекты ответов, формулировать сложные вопросы для коллективного обсуждения, составлять блок-схемы и рисунки, являющиеся опорными конспектами при ответе на вопрос. Основой изучения любой дисциплины является освоение ее понятийного аппарата. Простое заучивание терминов часто расценивается как бесполезная трата времени, а также снижает мотивацию изучения курса. Поэтому для освоения терминологии рекомендуется использовать такие формы работы как составление и решение кроссвордов и логических задач.

Для контроля процесса усвоения знаний используется текущий и промежуточный контроль. Текущий контроль осуществляется как в ходе традиционных форм – опроса, контрольных работ, подготовки рефератов по темам практических занятий, так и с помощью тестирования, решения кейсов. По результатам текущего контроля производится аттестация, допуск к дифференцированному зачету. Промежуточный

контроль осуществляется в форме письменного тестирования или письменного опроса.

### **9.1.Рекомендации по работе с учебной и научной литературой**

Самостоятельная работа предполагает тщательное освоение студентами учебной и научной литературы по изучаемым темам дисциплины.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы студентам необходимо обратить главное внимание на узловые положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для этого необходимо внимательно ознакомиться с содержанием соответствующего блока информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность существенных характеристик рассматриваемого объекта. Для того, чтобы убедиться насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые студент должен уметь дать четкие и конкретные ответы.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение студентов выделять в ней необходимый аспект изучаемой темы (то, что в данном труде относится непосредственно к изучаемой теме). Это важно в связи с тем, что к дополнительной литературе может быть отнесен широкий спектр текстов (учебных, научных, художественных, публицистических и т.д), в которых исследуемый вопрос рассматривается либо частично, либо с какой-то одной точки зрения, порой нетрадиционной. В своей совокупности изучение таких подходов существенно обогащает научный кругозор студентов. В данном контексте следует учесть, что дополнительную литературу целесообразно прорабатывать, во-первых, на базе уже освоенной основной литературы, и, во-вторых, изучать комплексно, всесторонне, не абсолютизируя чью-либо субъективную точку зрения.

Обязательный элемент самостоятельной работы студентов с правовыми источниками и литературой - ведение необходимых записей. Основными общепринятыми формами записей являются конспект, выписки, тезисы, аннотации, резюме, план.

Конспект - это краткое письменное изложение содержания правового источника, статьи, доклада, лекции, включающее в сжатой форме основные положения и их обоснование.

Выписки - это краткие записи в форме цитат (дословное воспроизведение отрывков источника, произведения, статьи, содержащих существенные положения, мысли автора), либо лаконичное, близкое к тексту изложение основного содержания.

Тезисы - это сжатое изложение ключевых идей прочитанного источника или произведения.

В целях структурирования содержания изучаемой работы целесообразно составлять ее план, который должен раскрывать логику построения текста, а также способствовать лучшей ориентации студента в содержании изучаемой работы.

### **9.2.Методические указания студентам по написанию рефератов**

1. Написание рефератов является одной из форм обучения студентов, направленных на организацию и повышение уровня самостоятельной работы студентов, а также усиление контроля за такой работой.

Целью написания рефератов является привитие студентам навыков самостоятельной работы с различными источниками, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы, обосновывая их соответствующим образом.

В отличие от теоретических семинаров, при проведении которых студент

приобретает, в частности, навыки высказывания своих суждений, изложения мнений других авторов в устной форме, написание рефератов даст ему навыки лучше делать то же самое, но уже в письменной форме, грамотным языком и в хорошем стиле.

2. Представляется, что в зависимости от содержания и назначения в учебном процессе рефераты можно подразделить на две основные группы (типы):

- научно-проблемные рефераты;
- обзорно-информационные рефераты.

Научно-проблемный реферат. При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному спорному в теории вопросу и выработать собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

В зависимости от изучаемой темы, состава и уровня подготовки студентов тема реферата может быть одной для всех студентов или таких тем может быть несколько, и они распределяются между студентами учебной группы.

На основе написанных рефератов возможна организация «круглого стола» студентов данной учебной группы. В таких случаях может быть поставлен доклад студента, реферат которого преподавателем признан лучшим, с последующим обсуждением проблемы всей группой студентов.

Обзорно-информационный реферат. Разновидностями такого реферата могут быть:

1) краткое изложение основных положений той или иной книги монографии, другого издания (или их частей: разделов, глав и т.д.), как правило, только что опубликованных, содержащих материалы, относящиеся к изучаемой теме (разделу) курса технологии поиска работы. По рефератам, содержание которых может представлять познавательный интерес для других студентов, целесообразно заслушивать в учебных группах сообщения их авторов (10-15 минут);

2) подбор и краткое изложение содержания статей по определенной проблеме или вопросу, опубликованных в периодической печати. Темы рефератов определяются преподавателем, ведущим занятия в студенческой группе. Объем реферата должен быть в пределах 15 страниц, через 1,5 интервал.

### **9.3. Методические рекомендации студентам по подготовке презентаций**

Проведение презентаций предусмотрено для дополнительного контроля, для расширения представлений о предмете.

Проведение презентаций в качестве самостоятельной работы студентов направлено на формирование навыков самостоятельной работы с дополнительными источниками информации. В процессе внеаудиторной работы обучающийся в большей степени сталкивается с различными сторонами реальности, что способствует развитию у обучающихся новых навыков и умений. В первую очередь тех умений, которые относятся к организации собственной работы. Это-планирование своей деятельности, реалистичное восприятие своих возможностей, умение работать с информацией.

Электронная презентация – электронный документ, представляющий набор слайдов, предназначенный для демонстрации проделанной работы. Целью любой презентации является визуальное представление замысла автора, максимально удобное для восприятия. Электронная презентация, выполненная в среде Microsoft PowerPoint или ее аналогах — удобный способ преподнести информацию самой разной аудитории — учащимся, коллегам, подчиненным, руководству.

Основным преимуществом презентации является, очевидно, возможность демонстрации текста, графики (фотографий, рисунков, схем), анимации и видео в любом сочетании для просмотра изображений. Для проведения успешной презентации, способной завоевать внимание слушателей и произвести на них должное впечатление, необходимо подготовить грамотную речь, правильно ее озвучить, соблюдая несложные

правила поведения при публичном выступлении, а также уделить определенное внимание оформлению слайдов.

Планирование презентации. Любое планирование включает в себя выяснение следующих вопросов:

- что конкретно нужно донести до аудитории по заданной теме;
- за какое время;
- в какой последовательности;
- какова будет роль, функция презентации (сопровождение, иллюстрация и пр.).

Планирование своего выступления с презентацией – это начало, первый этап планирования презентации.

Презентация начинается со слайда, содержащего ее название и, возможно, имена авторов. Также на первый слайд целесообразно поместить логотип учебного заведения.

*Второй этап* планирования презентации включает в себя решение о том, какие разделы необходимо включить, каково назначение каждого из них. Разместите их в логическом порядке и определите порядок выступления.

При планировании презентации желательно рассортировать возможные элементы на группы:

1. То, что обязательно должно быть включено.
2. То, что желательно включить.
3. То, что можно будет сказать, если будет время.

Необходимо помнить, что нельзя охватить все. Стройте презентацию только на тех фактах, которые могут заинтересовать всю аудиторию целиком или на тех, без которых нельзя обойтись при объяснении (пусть и не интересных). Старайтесь не включать ничего утомительного, неизвестного для большинства.

*Третий этап* планирования презентации – ее завершение. Продумайте логически выверенное завершение. Цель презентации обязательно диктует окончание, которое должно быть обдуманно заранее. Оно может включать:

- краткое описание изложенных фактов и аргументов – в этом случае завершение – это обобщение, подведение итогов, суммирование;
- список использованной литературы – в этом случае завершение презентации словно вовлекает слушателей в самостоятельное изучение
- благодарность за внимание – жест вежливости;
- эмоциональные эффекты (изображения, вопросы, цитаты) – в этом случае финал предлагает некие размышления, есть ориентация на сохранение эмоционального, а не рационального эффекта.

Планируя презентацию, необходимо точно представлять себе ее роль в ходе выступления. Тут возможны различные варианты. Рассмотрим некоторые из них.

1. Презентация как организация деятельности. Можно использовать в тех ситуациях, когда есть необходимость создания проблемной ситуации, сравнения и сопоставления, организации самоконтроля и самопроверки и пр. В этом случае презентация будет предлагать материал для выполнения аудиторией заданий.

2. Презентация как иллюстрация. В этом случае на слайде должны быть представлены материалы, которые иллюстрируют выступление (фото, графические изображения, диаграммы, таблицы и пр.) Выступающий в этом случае просто обращается к слайдам, рекомендуя аудитории их внимательно рассмотреть. В этом случае он избавлен от необходимости зачитывать трудно воспринимаемые на слух данные, например, цифровые. Такие презентации экономят время докладчика.

3. Презентация как дополнительная информация. Используется, например, когда есть необходимость вводить термины и понятия, демонстрировать разные точки зрения через цитаты, выстраивать хронологию, вводить библиографические ссылки. В этом случае докладчик, выступая, использует термины, но не объясняет их, отсылая слушателей к слайду с определениями.

4. Презентация как структурирование материала. В таких презентациях велика роль плана и тезисов. План позволяет выступающему и слушателям не терять логику, а лаконичные тезисы становятся итогом рассуждений выступающего, выводом, который аудитория должна запомнить.

5. Оформление презентации. Презентация начинается со слайда, содержащего ее название и, возможно, имена авторов. Эти элементы обычно выделяются более крупным шрифтом, чем основной текст презентации. В качестве фона первого слайда можно использовать рисунок или фотографию, имеющую непосредственное отношение к теме презентации, однако текст поверх такого изображения должен читаться очень легко. Подобное правило соблюдается и для фона остальных слайдов. Тем не менее, монотонный фон или фон в виде мягкого градиента будет смотреться на первом слайде тоже вполне эффектно. Для оформления презентации следует использовать стандартные, широко распространенные пропорциональные шрифты, такие как Arial, Tahoma, Verdana, Times New Roman, Georgia и др. Использование шрифтов, не входящих в комплект, устанавливаемый по умолчанию вместе с операционной системой, может привести к некорректному отображению вашей презентации на другом компьютере, т. к. нестандартных шрифтов, которые решили использовать вы, там может просто не оказаться. Кроме того, большинство дизайнерских шрифтов, используемых обычно для набора крупных заголовков в печатных изданиях, оформления фирменного стиля, упаковок и т. д., в рамках презентации смотрятся слишком броско, отвлекают внимание от ее содержания, а порой и просто вызывают раздражение аудитории.

Ни в коем случае не стоит стараться разместить на одном слайде как можно больше текста. Для того, чтобы прочесть мелкий текст, многим необходимо существенно напрягать зрение, и, скорее всего, по своей воле никто этого делать не будет. Поэтому, чем больше текста на одном слайде вы предложите аудитории, тем с меньшей вероятностью она его прочтает. Хорошо известно, что любая речь воспринимается намного лучше, если она произносится докладчиком, обратившим свой взор к слушателям, фактически, находящимся с аудиторией в прямом зрительном контакте.

Если же докладчик начинает читать с листа, то эффективность передачи информации значительно снижается. И уж совсем нелепо выглядит человек, делающий презентацию, когда ему приходится читать текст непосредственно со слайда. В этом случае слушатели, как правило, перестают и слушать, и читать то, что изображено на экране. Докладчику, потерявшему в такой момент внимание аудитории, очень сложно вернуть его в дальнейшем. Старайтесь не использовать текст на слайде как часть вашей речи; лучше поместите туда важные тезисы и лишь один-два раза обернитесь к ним, посвятив остальное время непосредственной коммуникации с вашими слушателями.

Обязательно иллюстрируйте презентацию рисунками, фотографиями, наглядными схемами, графиками и диаграммами. Яркие картинки привлекают внимание куда эффективнее, чем сухой текст или, порой, даже очень неплохая речь. Изображению всегда следует придавать как можно больший размер; если это возможно, иллюстрации стоит распределить по нескольким слайдам, нежели размещать их на одном, но в уменьшенном виде. Подписи вполне допустимо располагать не над и не под изображением, а сбоку, если оно, например, имеет вертикальную ориентацию. Нет ничего забавнее, чем маленькая картинка и подпись к ней, выполненная крупным шрифтом. Тема презентации предлагается студенту на выбор, в некоторых случаях, преподаватель определяет ее самостоятельно.

#### **9.4. Методические рекомендации студентам по решению экономических тестов**

Тест определяется как система вопросов определенного содержания, специфической формы. Тест состоит из тестовых заданий и ответов к ним. В задании формулируется вопрос или утверждение, содержащее постановку проблемы, и готовые

ответы, которые студент подбирает самостоятельно. Среди ответов правильным обычно бывает только один, неправильных ответов должно быть 2-3. В тексте задания должна быть устранена всякая двусмысленность или неясность формулировок. В основную часть задания следует включать как можно больше слов, оставляя для ответа не более двух-трех наиболее важных, ключевых слов для данной проблемы. Тесты составлены так, что они охватывают все темы учебного курса по дисциплине. Всего студентам предлагается ответить на тесты, которые разбиты по темам изученного материала. Каждый тест включает вопрос и несколько вариантов ответов. Студенту достаточно выбрать один или несколько вариантов из предложенных ответов.

## **9.5 Методические рекомендации студентам по написанию курсовой работы**

Общие положения курсовой работы:

1. Курсовая работа должна быть творческим трудом студента, в которой он раскрывает свое умение обрабатывать и анализировать методическую, научную литературу и периодические издания, связывать теоретический материал с результатами исследований. В ней должен быть свой личный анализ, свой практический опыт, свои выводы.

2. Работа должна быть актуальной, иметь теоретическое или практическое значение.

3. Плановость и точность исполнения - одна из главных форм работы над курсовой. Планируют содержание и сроки выполнения относительно каждой задачи и раздела.

4. Студент должен объективно и критически анализировать материал, используемый в своей работе.

5. Особенное значение имеет точность и ясность изложения материала во время литературного оформления работы. Необходимо обращать внимание на правильное использование профессиональной, методической и другой терминологии.

6. Курсовая работа должна соответствовать общим требованиям относительно ее оформления.

Курсовая работа состоит из титульного листа, содержания, введения, основной части, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Основная часть должна состоять из 4-х глав.

В первой главе рассматривается теоретический материал по данной теме. При этом предполагается выяснение содержания основных понятий и категорий по теме, выявление основных факторов, влияющих на их развитие, выявление тенденций функционирования данных категорий на современном этапе развития, составляющих механизма его функционирования и развития. В ходе исследования рассматриваются различные подходы к решению проблем по выбранной теме, высказывается и обосновывается собственное мнение.

Во второй главе на основе анализа конкретного предприятия (отрасли, региона, страны), статистических и фактических данных оценивается состояние развития и функционирования предмета исследования, положительные достижения и недостатки, выявляются проблемы, предпосылки которые обуславливают их.

В третьей главе на основе выявленных на предыдущих этапах проблем функционирования и развитии предприятия (отрасли, региона, страны, системы) и на основе теоретически обоснованных возможностей их решения студент должен сделать выводы и дать рекомендации для дальнейшего улучшения работы предприятия, учреждения, отрасли, региона и т.д.

В четвертой главе анализируется состояние вопросов безопасности и охраны труда и нормативно-правое обеспечение. В данном пункте курсовой работы необходимо кратко осветить особенности организации охраны труда, ее задачи, информацию о травматизме на объекте, привести анализ производственных и экологических опасностей, условий труда и производственной санитарии, отразить наличие планов действия в чрезвычайных

ситуациях и средств защиты персонала от негативных факторов производственной среды и пр.

Завершается раздел общим выводом о соответствии системы управления охраной труда (СУОТ) и безопасностью предприятия нормативным требованиям. Также в выводах необходимо отразить недостатки функционирования СУОТ и обеспечения безопасности предприятия, механизмы устранения выявленных недостатков и предложения по совершенствованию СУОТ.

Курсовая работа должна быть представлена в распечатанном виде на одной стороне листа бумаги формата А4 (210x297 мм). Гарнитура Times New Roman, 14 кегль, интервал - 1,5, поля: верхнее и нижнее - 20 мм, левое - 30 мм, правое - 15 мм от текста. Размер абзаца в основном тексте работы - 1,25 см. Страницы курсовой работы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в середине верхнего поля листа. Нумерацию страниц, разделов и подразделов, рисунков, таблиц, формул подают арабскими цифрами без знака №.

Первой страницей считается титульный лист, но номер на нем, как и на странице, где располагается содержание в работе, не проставляется. В содержании указываются названия разделов и подразделов, а также страницы, на которых находится их начало; допускается только 2 уровня содержания (т.е. только разделы X и подразделения X.X).

Названия глав в содержании и в тексте курсовой работы пишутся прописными буквами (14 кегль) без отступа, каждая глава должна начинаться с новой страницы, точка в конце главы не ставится. Названия параграфов пишутся обычным шрифтом, а не курсивом, с выделением жирным и с отступом 1,25 см; параграфы не выносятся на новую страницу, цифры в номере параграфа разделяются точкой. Названия параграфов в работе должны отделяться от текста данного и предыдущего подраздела одной строкой. Точка в конце названий глав и параграфов не ставится. Названия некоторых структурных частей работы (СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ) не нумеруются. Таблицы должны размещаться только после ссылки на нее в тексте сразу или на следующей странице. Словосочетание «Таблица X.X» располагают в крайнем правом положении перед таблицей, ниже посередине - название таблицы. Номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы в этом разделе - например, вторая таблица в первом разделе работы имеет номер 1.2, а третья во втором - 2.3. Каждая таблица обязательно должна иметь соответствующий номер, название, не содержать пустых строк или столбцов, а цифровой материал в ней должен быть представлен величинами с одинаковым количеством знаков. Показатели в таблице должны иметь размерность, которая выделяется по строчками или столбцами. Если часть таблицы переносится на другую страницу, то с правого края пишется словосочетание «Продолжение таблицы X.X», а именно продолжение начинается со строки с номерами столбцов.

Рисунки, как и таблицы, располагаются после ссылок на них, выравнивание - по центру. Элементы рисунка должны быть разборчивыми, не допустимо наличие видимых границ рисунка и описания к нему, шрифт надписей на рисунке - Times New Roman. Если рисунок представляет собой график или диаграмму, то оси координат должны иметь названия. Описание рисунка («легенда») размещается ниже самого рисунка или справа, еще ниже - название. Обязательным элементом названия в рисунке является словосочетание «Рис. X.X», название должно быть расположено ниже описания с выравниванием по центру. Номер рисунка состоит из номера раздела и порядкового номера рисунка в этом разделе, разделенных точкой.

Формулы в работе (если их более одной) нумеруются арабскими цифрами в пределах разделов. Номер формулы или уравнения, состоит из номера раздела и порядкового номера формулы в нем, разделенных точкой (например, 3.4), указывают в скобках на уровне формулы (уравнения) в крайнем правом положении на строке.



При использовании в тексте работы перечней, перед ними ставят двоеточие, а перед каждой позицией (строчкой) перечня следует ставить строчную букву алфавита со скобкой, или, не нумеруя начинать новый пункт перечня.

Все цитаты, цифры, схемы, графики, формулы, заимствованные из информационных источников, должны обеспечиваться ссылками. Такие ссылки в тексте работы следует указывать порядковым номером в перечне ссылок, выделенным квадратными скобками, например: «классификация факторов формирования системы коммуникационного менеджмента подробно описано Л. Батченко [1, с.122], которая выделяет следующие их группы ... »

Перечень ссылок (список источников), на которые студент ссылается в работе, должен приводиться в конце текста работы, начиная с новой страницы.

Использованные источники литературы следует располагать в порядке появления ссылок на них в тексте с соблюдением стандартных требований к библиографическому описанию документа или в алфавитном порядке.

Приложения размещаются после списка использованных источников, отдельной страницей перед приложениями должен быть лист с надписью «ПРИЛОЖЕНИЯ».

Каждое приложение располагается с новой страницы, причем сами приложения не нумеруются и не отображаются в содержании. В правом верхнем углу с первой большой буквы печатается слово «Приложение» и рядом – большая буква, например, А, обозначающая приложение (Приложение А).

Приложение имеет заголовок, напечатанный строчными буквами с первой заглавной буквы, выравнивание по центру страницы. Приложения последовательно обозначаются заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ъ, Ы, Ч, Ь. На каждое приложение должна быть ссылка в тексте.

Иллюстрации, таблицы и формулы, размещенные в приложениях, нумеруют в пределах каждого приложения, например: «рис. Д 1.»– первый рисунок Приложения Д; «формула (А 1)» – первая формула Приложения А.

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Нет необходимости

## **11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)**



