

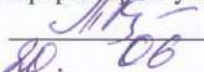
Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

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

20. 06 .2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегия управления международным бизнесом»

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Стратегическое управление в международном бизнесе»

Донецк
2017

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегия управления международным бизнесом» для студентов 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегическое управление в международном бизнесе») очной/заочной формы обучения

Автор(ы),
разработчик(и): доцент, к.гос.упр., доцент С.Н. Науменко *ру*
 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* 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* И.Ю. Беганская
 (подпись) (инициалы, фамилия)

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Стратегия управления международным бизнесом» являются формирование у магистрантов системы знаний по стратегическому управлению международным бизнесом в различных экономических системах; развитие системного подхода при стратегическом анализе закономерностей развития международного бизнеса; систематизация методологических принципов построения стратегии международного бизнеса.

Задачи дисциплины:

дать теоретическую и методологическую базу для понимания процессов и явлений, отражающих состояние и перспективы стратегического развития международного бизнеса;

сформировать у студентов навыки, связанные со стратегическим анализом бизнес-операций и использованием экономических инструментов, характеризующих интенсивность параметров развития форм и видов бизнеса в международной среде;

развить у студентов навыки, необходимые для самостоятельного приобретения и использования в профессиональной деятельности знаний и умений, позволяющих определять особенности стратегического управления бизнес-процессами в сфере международного бизнеса.

| Коды компетенций | Планируемые результаты освоения образовательной программы | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) |
|------------------|---|--|
| ОК-1 | Способность усваивать и реализовывать научные и культурные достижения мировой цивилизации | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к построению речевого взаимодействия; - аргументы и логически строить высказывание <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять требования к построению речевого взаимодействия; - находить аргументы и логически строить высказывание. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями о требованиях к построению речевого взаимодействия; - находит аргументы и логически строит высказывание. |
| ОК-2 | Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу. | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общенаучные методы познания; - методику изучения явлений и процессов международного бизнеса. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать тенденции развития международного бизнеса. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками и готовностью применять научные методы для стратегического управления международным бизнесом самостоятельно. |

| | | |
|--------|---|---|
| ОПК-1 | Способность формировать альтернативные направления развития организационных систем. | <p>Знать: подходы к определению стратегических альтернатив; инструменты анализа и выбора стратегической альтернативы</p> <p>Уметь: формировать стратегические цели функционирования организационных систем; определять миссию и цели деятельности предприятия, учреждения, организации.</p> <p>Владеть: навыками разрабатывать стратегию развития; навыками определять стратегические альтернативы, навыками выбора оптимальной стратегии развития с учетом принятого уровня риска.</p> |
| ОПК-2 | Способность организовывать процесс управления организацией (ОПК-2) | <p>Знать: принципы и методы стратегического планирования организации управленческой деятельности в сфере международного бизнеса.</p> <p>Уметь: использовать принципы и методы стратегического планирования организации управленческой деятельности в сфере международного бизнеса; формировать стратегию развития менеджмента ВЭД как подсистемы менеджмента организации</p> <p>Владеть: навыками стратегического организационного управления международным бизнесом.</p> |
| ОПК-11 | Способность разработать стратегию экономической безопасности предприятия | <p>Знать: основы формирования стратегии экономической безопасности международного бизнеса.</p> <p>Уметь: формировать и реализовывать стратегию экономической безопасности предприятия соответственно избранному курсу развития.</p> <p>Владеть: Навыками предвидения, анализа и прогноза возможных угроз, а также навыками обоснования и реализации стратегии экономической безопасности международного бизнеса.</p> |

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Стратегия управления международным бизнесом» относится к вариативной части дисциплин профессионального цикла (Б1.2.1.2.6). По курсу «Стратегия управления международным бизнесом» предусмотрены лекции (20 часов), семинарские занятия (20 часов). На самостоятельное изучение отводится 90 часов

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

«Стратегия управления международным бизнесом» имеет междисциплинарный характер, тесно связана с дисциплинами: «Стратегическое планирование и бизнес-план», «Международный менеджмент и маркетинг», «Мировое хозяйство и Стратегия управления международным бизнесом», «Стратегический менеджмент», «Стратегия управления международным бизнесом», «Внешнеэкономическая политика и внешнеэкономическая деятельность», «Управление международным бизнесом», «Международный финансовый бизнес», «Международный бизнес и основы международного предпринимательства».

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

Дисциплина «Стратегия управления международным бизнесом» завершает подготовку по магистерской программе «Стратегическое управление в международном бизнесе» и направлена на обобщение знаний и закрепление навыков по построению систем стратегического управления международным бизнесом. Основным результатом изучения дисциплины проявится при написании научных работ и магистерской диссертации.

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

| | Зачетные единицы (кредиты ECTS) | Всего часов | | Форма обучения | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------|------------|--|------------|
| | | О | З | Очная | Заочная |
| | | | | Семестр №3 | Семестр №3 |
| Общая трудоемкость | 3 | 108 | 108 | Количество часов на вид работы: | |
| Виды учебной работы, из них: | | | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | | | | 40 | 16 |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | | | | 20 | 10 |
| Семинарские занятия | | | | 20 | 6 |
| Самостоятельная работа (всего) | | | | 68 | 92 |
| Курсовая работа | | | | 36 | 36 |
| Промежуточная аттестация | | | | | |
| 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 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 |
| Тема 1. Международный бизнес: понятие, виды, внешняя среда. Международный бизнес в условиях глобализации. | 2 | - | 2 | 6 | 10 | - | - | - | 10 | 10 |
| Тема 2. Управление в международном бизнесе | 2 | - | 2 | 6 | 10 | 2 | - | 2 | 10 | 14 |
| Тема 3. Стратегическое управление в международный бизнесе | 2 | - | 2 | 10 | 14 | 2 | - | 2 | 10 | 14 |
| Тема 4. Международные стратегии развития бизнеса. | 4 | - | 4 | 8 | 16 | - | - | - | 12 | 12 |
| Тема 5. Стратегии управления международным бизнесом в производственной сфере мировой экономики | 2 | - | 2 | 8 | 12 | 2 | - | - | 10 | 10 |
| Тема 6. Стратегии управления международным финансовым бизнесом. Инвестиционные стратегии компании | 2 | - | 2 | 8 | 12 | 2 | - | 2 | 10 | 14 |
| Тема 7. Стратегии управления международным торговым бизнесом | 2 | - | 2 | 8 | 12 | 2 | - | - | 10 | 12 |
| Тема 8. Международный маркетинг и стратегии проникновения на зарубежные рынки | 2 | - | 2 | 6 | 10 | - | - | - | 10 | 10 |

| | | | | | | | | | | |
|--|----|---|----|----|-----|----|---|---|----|-----|
| Тема 9. Государство и международный бизнес: стратегическое партнерство | 2 | - | 2 | 8 | 12 | - | - | - | 12 | 12 |
| Всего учебной работы за семестр: | 20 | - | 20 | 90 | 108 | 10 | - | 6 | 92 | 108 |

4.2. Содержание разделов дисциплины:

| Наименование темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских/практических занятий | | |
|--|---|---|-----------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Тема 1. Международный бизнес: понятие, виды международного бизнеса, внешняя среда. Международный бизнес в условиях глобализации. | Международный бизнес в системе международных экономических отношений. Основные направления национальной и региональной геополитики в современном мировом хозяйстве. Стратегические проблемы построения оптимальных моделей и структуры внешнеэкономической деятельности в контексте глобализации. | Семинарское занятие №1 | 2 | - |
| | | Основные направления национальной и региональной геополитики в современном мировом хозяйстве. Стратегические проблемы построения оптимальных моделей и структуры внешнеэкономической деятельности в контексте глобализации. | | |
| Тема 2. Управление в международном бизнесе | Понятие международного менеджмента. Международный стратегический менеджмент. Международный операционный менеджмент. Управление производством для создания материальных продуктов. Менеджмент услуг. Международный финансовый менеджмент. | Семинарское занятие №2 | 2 | 2 |
| | | Выбор валюты, способов платежа и форм расчетов. Управление рисками. Международные источники финансирования. | | |
| Тема 3. Стратегическое управление в международный бизнесе | Международная стратегия фирмы, принятие стратегических решений по международной деятельности. Предпосылки формированных стратегий многонациональных компаний. Характеристика, организация и процедуры стратегического планирования фирмы в международном бизнесе. | Семинарское занятие №3 | 2 | 2 |
| | | Маркетинговая стратегия и ее особенности в международном бизнесе. Стратегия участников международных альянсов. | | |
| Тема 4. Международные стратегии развития бизнеса. | Методические подходы к классификации стратегий управления международным бизнесом. Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, | Семинарское занятие №4 | 4 | - |
| | | Внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные стратегии. | | |

| Наименование темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских/практических занятий | | |
|--|---|---|-----------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | кооперационные, инновационные, имитационные. Глобальные сегменты и глобальные ниши в современной экономике. | Семинарское занятие №5 Стратегические возможности важнейших типов конкурентов: локальных, многонациональных и глобальных компаний. | | |
| Тема 5. Стратегии управления международным бизнесом в производственной сфере мировой экономики | Стратегии управления международным бизнесом в условиях «новой экономики». Стратегии транснациональных корпораций. Стратегии международного бизнеса в основных секторах экономики. Международная предпринимательская деятельность: природа, формы, специфика, роль. | Семинарское занятие №6 Стратегическая интеграция в международном бизнесе. Институциональная структура международного бизнеса. | 2 | 2 |
| Тема 6. Стратегии управления международным финансовым бизнесом. Инвестиционные стратегии компании | Международный финансовый бизнес: понятие, эволюция и участники. Структура и развитие международных финансовых рынков как экономической среды для бизнеса. Стратегия развития международного финансового бизнеса. Международный банковский бизнес. Сущность интернационализации банковского дела и банковских систем. Современные организационно-правовые формы международной банковской деятельности. Инвестиционные стратегии. | Семинарское занятие №7 Стратегия развития международного финансового бизнеса. Национальные интересы и механизм их защиты. | 4 | 2 |
| Тема 7. Стратегии | Стратегическое управление формированием национальной | Семинарское занятие №8 | 2 | - |

| Наименование темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских/практических занятий | | |
|---|---|---|-----------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| управления международным торговым бизнесом | торговой политики. Стратегии в международной торговле услугами (транспорт, туризм, инжиниринговые и дистрибьюторские услуги). | Стратегическое управление формированием национальной торговой политики. Стратегии в международной торговле услугами | | |
| Тема 8. Международный маркетинг и стратегии проникновения на зарубежные рынки | Критерии классификации зарубежных рынков. Необходимость учитывать в маркетинговой стратегии компании особенности мирового и национального рынка страны, на которых компания намерена осуществлять деловые операции и конъюнктуру национальных и международных рынков. | Семинарское занятие №9 | 2 | - |
| | | Стратегии проникновения на международные рынки. Матрица Ансоффа. Современные формы конкуренции и новые формы взаимодействия компаний | | |
| Тема 9. Государство и международный бизнес: стратегическое партнерство | Партнерство государства и международного бизнеса. Зарубежный опыт регулирования бизнеса (ЕС, США, Япония, Китай). Стратегическое частно-государственное партнерство и регулирование международного бизнеса. Зарубежные операции компаний, объем, географическое распределение, динамика и тенденции развития. | Семинарское занятие №10 | 2 | - |
| | | Стратегии проникновения компаний на зарубежные рынки. Участие компаний в промышленной кооперации и СП, в новых формах сотрудничества в глобальной конкурентной среде. | | |

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

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

1. Стратегическое управление международным бизнесом: конспект лекций / сост.: П.П. Можаровская. – Донецк: ДонАУи ГС. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>.

2. Стратегическое управление международным бизнесом: Методические рекомендации к проведению семинарских занятий / сост.: П.П. Можаровская. – Донецк: ДонАУи ГС. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>.

3. Стратегическое управление международным бизнесом: Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов / сост.: П.П. Можаровская. – Донецк: ДонАУиГС. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>.

4. Стратегическое управление международным бизнесом: методические рекомендации к выполнению курсовой работы для студентов 2 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегическое управление в международном бизнесе») очной /заочной форм обучения / сост. П.П. Можаровская. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 23 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>.

5. Європейська економіка: навчально-методичний посібник / Л.В.Батченко, О.Г.Ткаченко, Є.І.Кулик, Н.Г.Траханова. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – 177 с. (8.2 д.а.)

6. Батченко Л.В., Коняхіна Т.В., Кулешова Л.В. Транснаціональні корпорації: навчально методичний посібник в логіко-структурних схемах: В 2-х част. Частина 2. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – 136 с. (7.6 д.а.)

7. Батченко Л.В. та ін. Європейська економічна інтеграція: **навчально-методичний посібник** / Л.В. Батченко, Є.І. Кулик, К.Є. Мойсеєнко. – Донецьк: ТОВ «Технопак», 2011. – 113 с. (5.6 д.а.)

8. Батченко Л.В. Економіка зарубіжних країн: **конспект лекцій** / Л.В.Батченко, М.М.Деліні. – Донецьк: ТОВ «Технопак», 2011. – 107 с. (3.1 д.а.)

Перечень контрольных вопросов для самоподготовки

1. Стратегическое управление активами в международном бизнесе.
2. Зарубежные инвестиции компаний.
3. Стратегическое управление иностранными инвестициями как условие международной предпринимательской деятельности.
4. Специфика и преимущества промышленной кооперации.
5. Общее и особенное различных форм международного предпринимательства.
6. Стратегии компании в международной предпринимательской деятельности.
7. Иностраный бизнес как особая форма международного предпринимательства.
8. Бизнес за рубежом и мировые товарные рынки: тенденции и стратегии развития.
9. Транснациональный бизнес как самостоятельная форма международного предпринимательства.
10. Особенности разработки и реализации стратегий глобальных бизнес- проектов.
11. Совместные предприятия: особенности производственно-хозяйственной деятельности.
12. Стратегии офшорного бизнеса: создание и специализация офшорных компаний.
13. Стратегия управления рисками в системе международного предпринимательства.
14. Отраслевые аспекты стратегического участия компаний в международном бизнесе и его формах.
15. Региональные (макрорегиональные) аспекты включения компаний в международный бизнес и его формы.

5.2 Перечень основной учебной литературы:

1. Международный менеджмент / Под ред. Пивоварова С. Э., Тарасевича Л. С., Майзеля А. И. — СПб: Питер, 2011. — 576 с.: ил. — (Серия «Учебники для вузов»).
2. Международный бизнес. 4-е изд. / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. — СПб.: Питер, 2006. — 1088 с: ил. — (Серия «Классика МВА»).
3. Международный бизнес: организация и управление [Текст]: учебник для вузов / Г. П. Солодков, Э. Т. Рубинская, Э. Д. Рубинская. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. - 379 с.
4. Мировая экономика и международный бизнес: Учебник для вузов/[В. В. Поляков, Р. К. Щенин, Ю. Л. Адно]; под ред. В. В. Полякова, Р. К. Щенина. –6-е изд., стереотип. – М.:КНОРУС, 2011. – 681с.

5.3 Дополнительная литература:

1. Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе. М. Дашков и К. 2007.
2. Аньшин В.М., Дагаев А.А. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: учебное пособие. 2-е изд. М. Дело. 2010.

Журналы:

1. Бюллетень иностранной коммерческой информации
2. Вестник МГУ. Серия 6 – «Экономика»
3. Внешняя торговля
4. Вопросы экономики
5. Деньги и кредит
6. Коммерсант-дейли
7. Международная жизнь
8. Международный бизнес России
9. Мировая экономика и международные отношения
10. Московский журнал международного права
11. Общественные науки и современность
12. Российский экономический журнал
13. США: экономика, политика, идеология
14. Финансы
15. Экономика и жизнь
16. Экономика России. XXI век
17. Экономист
18. Экономические науки
19. Эксперт

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

1. Интернет-еженедельник CONSULTING.RU <http://www.consulting.ru/>
2. Проект GAAP. RU <http://www.gaap.ru/> - Сервер посвящен теории и практике финансового учета и корпоративных финансов.
3. Корпоративные финансы <http://www.cfin.ru/> - На сайте содержится методическая и аналитическая информация, относящаяся к инвестициям и финансовому анализу.
4. Информационное агентство "РосБизнесКонсалтинг" <http://www.rbc.ru/> - На сервере одной из ведущих российских информационных компаний наряду с постоянно обновляющимися новостями международных и российских валютных, денежных и фондовых рынков представлены также и аналитические материалы.
5. Информационное агентство "АК&М" <http://www.akm.ru/> - Сервер предоставляет экономическую информацию от наиболее известного и влиятельного информационно-аналитического агентства. В разделах сайта можно найти полную картину событий, происходящих на финансовом рынке России. Агентство рассчитывает собственные фондовые индексы.
6. Институт фондового рынка и управления www.ismm.ru - Статьи, посвященные вопросам корпоративного управления.
7. Страхование в России <http://www.allinsurance.ru/> - Специализированный сервер посвящен страховому сегменту финансового рынка России.
8. Российская торговая система (РТС) <http://www.rtsnet.ru/> - На сайте РТС приводится информация о деятельности этой крупнейшей в России электронной площадки, объединяющей инвестиционные компании и банки. В Торговой системе предоставлена возможность выставить котировки и заключать сделки с акциями

российских эмитентов. Кроме того, члены РТС имеют право выставлять котировки по акциям эмитентов стран СНГ, долговым обязательствам отечественных эмитентов, а также по облигациям внутреннего валютного займа.

9. Национальная ассоциация участников фондового рынка Российской Федерации (НАУФОР) <http://www.naufor.ru/>

10. Федеральная комиссия по ценным бумагам Российской Федерации <http://www.fedcom.ru/>

11. Центральный Банк России <http://www.cbr.ru>

12. Информационно-издательский центр «Статистика России» <http://www.infostat.ru/>

13. Госкомстат РФ <http://www.gks.ru/>

14. Европейский инвестиционный банк (European Investment Bank) <http://www.eib.org/>

15. Европейский Банк реконструкции и развития (European Bank for Reconstruction and Development) <http://www.ebrd.com/>

16. Справочник по биржам мира <http://www.exchange-handbook.co.uk/>

17. Лондонская фондовая биржа (London Stock Exchange) <http://www.londonstockexchange.com/>

18. Лондонская международная биржа финансовых фьючерсов и опционов (London International Financial Futures and Options Exchange) <http://www.liffe.com/>

19. Нью-Йоркская фондовая биржа (New York Stock Exchange) <http://www.nyse.com/>

20. Рейтинговое агентство Moody's Investors Services <http://www.moody.com/>

21. Рейтинговое агентство Standard & Poor's <http://www.standardpoor.com/>

22. Инвестиционные возможности России (База данных инвестиционных проектов российских предприятий) <http://www.ivr.ru/>

23. Российский центр содействия иностранным инвестициям <http://www.fipc.ru/>

24. Инвестиции в России <http://www.investentrussia.ru/>

25. Все инвестиции России <http://www.allinvestrus.com/>

43. Комиссия по ценным бумагам и биржам США (Securities and Exchange Commission) <http://www.sec.gov/>

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)

Информационные технологии не применяются.

7.2. Перечень программного обеспечения (при необходимости)

Программное обеспечение не применяется.

7.3. Перечень информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные справочные системы не используются.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

8.1. Виды промежуточной аттестации - экзамен

Перечень вопросов к промежуточной аттестации студентов

1. Понятие, формы, стратегии международного бизнеса.
2. Стратегии международного бизнеса в условиях глобализации.
3. Международное предпринимательство: понятие, формы, функции, стратегии.
4. История развития международного предпринимательства.
5. Формирование стратегии: правовые основы международного бизнеса.

6. Формирование стратегии: технологические аспекты международного бизнеса.
7. Формирование стратегии: политические аспекты международного бизнеса.
8. Формирование стратегии: роль культуры в международном бизнесе.
9. Формирование стратегии: этика и социальная ответственность в мировом бизнесе.
10. Формирование стратегии: элементы инновационного бизнеса.
11. Стратегические приоритеты государства в промышленно развитых странах в инновационной деятельности.
12. Характеристика наиболее наукоемких отраслей международного бизнеса.
13. Стратегии международного бизнеса в агропромышленном комплексе.
14. Стратегии международного бизнеса в топливно-энергетическом комплексе.
15. Стратегии международного бизнеса в металлургическом комплексе.
16. Стратегии международного бизнеса в машиностроительном комплексе.
17. Стратегии международного бизнеса: мировой транспорт.
18. Структура международных финансовых рынков.
19. Международные финансовые организации.
20. Стратегия развития международного финансового бизнеса.
21. Стратегии международной торговли товарами и услугами в современной системе мирохозяйственных связей.
22. Основные особенности и тенденции развития мировой торговли.
23. Формирование стратегии национальной торговой политики в эпоху глобализации.
24. Формирование стратегии: современные формы и методы международной торговли.
25. Формирование стратегии международной торговли услугами: посредники во внешнеэкономической деятельности, инжиниринг.
26. Формирование стратегии международного обмена интеллектуальной собственностью: лицензии, соглашения о передаче ноу-хау, технологий.
27. Формирование стратегии международного бизнеса телекоммуникационных услуг: тенденции, особенности ценообразования, перспективы развития мирового рынка телекоммуникационных услуг.
28. Формирование стратегии: международный страховой рынок.
29. Понятие и формы хозяйственного партнерства государства и мирового бизнеса.
30. Мировой опыт партнерства государства и международного бизнеса.
31. Стратегическое партнерство государства и частного бизнеса.
32. Сущность и процесс стратегического планирования.
33. Стратегические альянсы международного бизнеса.
34. Стратегия проникновения международного бизнеса.
35. Функции контроля в международном бизнесе.
36. Поведение работников в международных компаниях.
37. Международный маркетинг и бизнес стратегии.
38. Ценовая стратегия в международном маркетинге.
39. Стратегия продвижения товара в международном маркетинге.
40. Стратегическое управление человеческими ресурсами в международном бизнесе.

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.

| <i>По шкале ECTS</i> | <i>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</i> | <i>По государственной шкале</i> | <i>Определение</i> |
|----------------------|--|---------------------------------|---|
| A | 90-100 | «Отлично» | отличное выполнение с незначительным количеством неточностей |
| B | 80-89 | «Хорошо» | в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%) |
| C | 75-79 | | в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%) |
| D | 70-74 | «Удовлетворительно» | неплохо, но со значительным количеством недостатков |
| E | 60-69 | | выполнение удовлетворяет минимальные критерии |
| FX | 35-59 | «Неудовлетворительно» | с возможностью повторной аттестации |
| F | 0-34 | | с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией) |

8.3. Критерии оценки работы студента.

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 4-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

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

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

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)

Ко всем типовым контрольным заданиям применяются общие критерии оценивания

Тестовые задания для проверки знаний студентов

1. Форма платежа, когда импортер открывает в банке экспортера свой специальный счет, платежи с которого банк осуществляет в полном соответствии с приказом импортера:

- а) банковский перевод б) чек в) аккредитив

2. Процесс, вызванный усилением и изменением в международной конкуренции, насыщением местных рынков и потребностью фирмы в экспансии на зарубежные рынки, называется:

а) вертикальной интеграцией б) локализацией в) интернационализацией

3. Международный банк реконструкции и развития (МБРР):

а) оказывает помощь и содействие Центральным банкам различных государств б) наблюдает за валютной политикой государств в) оказывает помощь государствам, имеющим трудности с платежным балансом

4. Прямые инвестиции предполагают:

а) создание собственного производства за границей б) предоставление займа местной компании в) покупку неконтрольного пакета акций местной компании

5. Осуществление зарубежных портфельных инвестиций происходит при посредничестве:

а) крупных инвестиционных банков б) центральных банков в) частных банков

6. Что является исключением из перечня форм международных инвестиционных связей:

а) создание свободных экономических зон б) портфельные инвестиции в) международная миграция рабочей силы

7. Любое платежное средство в иностранной валюте принято называть:

а) специальные права заимствования б) девизом в) резервной валютой

8. Способность страны (или группы стран) обеспечивать своевременное погашение своих международных обязательств приемлемыми для кредитора платежными средствами – это:

а) платежеспособность страны б) международная валютная ликвидность в) кредитоспособность страны

9. Основными субъектами, осуществляющими прямые зарубежные инвестиции, являются:

а) международные инвестиционные фонды б) транснациональные корпорации в) международные банки

10. Какая из стратегий ведения международных операций обладает наименьшим риском:

а) совместное предприятие б) франчайзинг в) прямое инвестирование в покупку зарубежного предприятия

11. Международный франчайзинг – это:

а) особая форма лицензии, в которой компания позволяет другой компании использовать свою систему ведения бизнеса в целом под ее маркой за определенную плату б) две или более компаний объединяют свои активы, участвуют в акционерном капитале компании в соответствии с собственным вкладом, разделяют риски в процессе достижения общих деловых целей в) особое соглашение, в соответствии с которым фирма продает свой управленческий опыт и ставит менеджмент зарубежной компании

12. Аутсорсинг – это технология ведения международного бизнеса путем

а) организации филиала в оффшорной зоне б) перепоручения отдельных функций внешним зарубежным исполнителям в) совместного производства на зарубежной территории

13. Развитие сети связи в мире происходит:

а) равномерно б) неравномерно

14. Основу господства международных корпораций на мировом рынке составляют:

а) поддержка государства б) прямые инвестиции в) ссудный капитал

15. События, которые воздействуют на все без исключения иностранные фирмы, ведущие бизнес в принимающей стране, относят к событиям:

а) микро-(политического, экономического) риска б) экономического риска в) макро-(политического, экономического) риска

16. Главная форма борьбы за рынки базовых товаров:

а) ценовая конкуренция б) неценовая конкуренция

17. Отметить услуги, за которые осуществляется выплата роялти и лицензионных платежей:

а) услуги почтовой, курьерской, телефонной связи б) пользование правами собственности (торговая марка, патент) в) строительство объектов за рубежом

18. Главное отличие таможенного союза от зоны свободной торговли заключается в том, что в зоне свободной торговли:

а) пошлины отменяются в торговле между странами-участницами б) по отношению к третьим странам проводится общая внешнеторговая политика в) по отношению к третьим странам каждое государство проводит самостоятельную внешнеторговую политику

19. Внешнеторговый оборот страны – это:

а) весь экспорт страны, за исключением гуманитарных поставок и помощи б) сумма экспорта и импорта в) весь экспорт, за исключением необлагаемых налогом товаров

20. Ключевое отличие международного совместного предприятия (МСП) от других форм внешнеэкономических связей:

а) долгосрочный характер договорных отношений б) наличие общей собственности в) наличие иностранных партнеров

21. Наиболее распространенная международная стратегия малых и средних фирм:

а) лицензирование б) совместные предприятия в) франчайзинг

22. В международном товарообороте принято выделять «невидимый товар», под которым понимаются:

а) туристические услуги б) финансовые услуги в) транспортные услуги

23. Если цена немецкой марки в долларах упала с 50 до 45 центов за одну марку, то цена магнитофона (в долларах), продаваемого за 150 марок:

а) упадет на 10 долларов б) вырастет на 7,50 долларов в) снизится на 7,50 долларов

24. Предположим, что цена компьютера IBM в США составляет 5 000 долл., а цена компьютера Siemens в Германии равна 20 000 марок. Номинальный курс обмена валют составляет 2 немецких марки за доллар США. Определите количество немецких компьютеров Siemens, которое в международной торговле окажется эквивалентным одному американскому компьютеру IBM.

а) 0,25 б) 0,5 в) 0,75

25. Комплекс услуг коммерческого характера по подготовке процесса производства и реализации продукции по обслуживанию строительства и эксплуатации промышленных, инфраструктурных, сельско-хозяйственных и других объектов, услуги интеллектуального характера, направленные на оптимизацию инвестиционных проектов на всех этапах их реализации, - это:

а) консалтинг б) мониторинг в) инжиниринг

26. Экономика описана следующей картой спроса на швейцарские франки и их предложения:

а) Цена франка (в долларах): 0,8 0,7 0,6 0,5 0,4 б) Объем спроса на франки (млн. франков): 300 320 340 360 380 в) Объем предложения франков (млн. долларов): 400 370 340 310 280

27. Какое количество долларов и швейцарских франков будет куплено на валютном рынке в условиях равновесия?

а) 340 млн. франков и 204 млн. долларов б) 360 млн. франков и 180 млн. долларов в) 320 млн. франков и 224 млн. долларов

28. Кто является автором наиболее авторитетного в мире исследования о конкурентоспособности стран и наций:

а) Й. Шумпетер б) М. Портер в) О. Тоффлер

29. Если обменный курс швейцарского франка по отношению к доллару США изменился с 4 франков до 3 франков за 1 доллар, то цена франка:

а) поднялась с 25 центов до 33 центов, а курс доллара вырос по отношению к франку б) поднялась с 25 центов до 33 центов, а доллар обесценился по отношению к франку в) упала с 33 центов до 25 центов, а доллар обесценился по отношению к франку

30. Предположим, что номинальный валютный курс определяется паритетом покупательной способности валют. При этом один и тот же телевизор продается за 500 долларов США и за 2 000 юаней в Китае. Рассчитайте номинальный курс обмена юаня к доллару США.

а) 3 юаня за 1 доллар б) 2 юаня за 1 доллар в) 4 юаня за 1 доллар

31. На мировом рынке услуг преобладают:

а) развитые страны б) развивающиеся страны в) страны с переходной экономикой (в том числе Россия и СНГ).

Шкалы оценок:

90 – 100% – оценка «отлично»

75 – 89% – оценка «хорошо»

60 – 74% – оценка «удовлетворительно»

0 - 60% – оценка «неудовлетворительно».

Примерная тематика рефератов (презентаций) по дисциплине

1. Взаимосвязь международной торговли, маркетинга и бизнеса.
2. Основные пользователи международного бизнеса (на примере отдельно взятой торговой, производственной, сервисной, цифровой компании).
3. Современное состояние, значение и особенности развития международного бизнеса.
4. Проблемы и перспективы «новой экономики».
5. Пути и проблемы интернационализации отчетственных компаний.
6. Глобализация международного бизнеса: необходимые и достаточные условия.
7. Web-среда как виртуальная и материальная база глобализации бизнеса: становление e-бизнеса.
8. Тенденции к глобализации в современной международной компании и роль Internet.
9. Становление e-бизнеса и характеристики e-делок: барьеры глобализации e-коммерции.
10. Информационно-маркетинговая проблема глобализации бизнеса.
11. Возможность глобализации для малого и среднего бизнеса.
12. Знания как важнейшая составляющая глобализации международного бизнеса.
13. Либерализация международного бизнеса при помощи Интернет-средств.
14. Коммуникационные и информационные системы как основа глобальной интеграции международного бизнеса.
15. Построение глобального рыночного места в условиях глобализации международного бизнеса.
16. Тотальная глобализация и новый экономический и культурный империализм ТНК: «Триада» Кениче Омэ.
17. Проблемы изучения и освоения этики международного бизнеса.
18. Реально-виртуальный дуализм международного бизнеса.
19. Международная компания: признаки «международности» и определение; глокал- и глинтернализация бизнеса.
20. Модели интернационализации и становления международной компании.
21. Объективные причины и типы интернационализации бизнеса.
22. Менеджмент как субъективный фактор интернационализации бизнеса.
23. Международная маркетинговая информация: источники, методы доступа, проблемы достоверности; маркетинговая информационная система компании.

24. Международные маркетинговые информационные системы.
25. Необходимость создания эффективных маркетинговых коммуникаций в международном бизнесе.
26. Маркетинговое стратегическое планирование в международной компании: принцип маркетингового экологического равновесия.
27. Международный маркетинг-микс: мегамаркетинг Котлера и другие подходы.
28. Международный маркетинг-микс — гибкая основа тактических решений в бизнесе.
29. Регионально-отраслевые аспекты анализа социокультурного (политико-правового, экономического) сечения окружающей среды международного бизнеса.
30. Маркетинговая окружающая среда и трансфертное ценообразование.
31. Интернационализация бизнеса на основе использования национальных различий фаз жизненного цикла товара.
32. Жизненный цикл международной компании и зависимость ее маркетинговых стратегических решений от его фаз.
33. Пятиуровневая модель глобальной маркетинговой среды: мета-, макро-, мезо-, микро- и нанорурни.
34. Сущность, структура и содержание международной маркетинговой мезосреды; образование глобальных бизнес-сетей (например, сого-сеся и кейрицу).
35. Маркетинг сделок и маркетинг отношений в контексте международной маркетинговой мезосреды.
36. Роль международного маркетинга в систематизации закономерностей интернационализации международного бизнеса.
37. Структурная реорганизация компаний при переходе к глобальным компаниям (на примере выбранной компании).
38. Ценовая политика в контуре МММ: виды ценообразования в рамках стратегических опционов EPRG- парадигмы.

Показатели и критерии оценки реферата

| Показатели оценки | Критерии оценки | Баллы (max) |
|--|---|-------------|
| 1. Новизна реферированного текста | - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений. | 20 |
| 2. Степень раскрытия сущности проблемы | - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. | 30 |
| 3. Обоснованность выбора источников | - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). | 20 |
| 4. Соблюдение | - правильное оформление ссылок на используемую | 20 |

| | | |
|-------------------------|--|----|
| требований к оформлению | литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев. | |
| 5. Грамотность | - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль. | 10 |

Шкалы оценок:

80 – 100 баллов – оценка «отлично»;

60 – 79 баллов – оценка «хорошо»;

30 – 59 баллов – оценка «удовлетворительно»;

0 – 29 баллов – оценка «неудовлетворительно».

Вопросы и задания для самостоятельной работы, в том числе групповой самостоятельной работы обучающихся

1. Понятие и формы международного бизнеса.
2. Стратегии международного бизнеса в условиях глобализации.
3. Международное предпринимательство: понятие, формы, функции, стратегии.
4. История развития международного предпринимательства.
5. Стратегическое управление международным бизнесом: правовые основы.
6. Стратегическое управление международным бизнесом: технологические аспекты.
7. Стратегическое управление международным бизнесом: политические аспекты.
8. Стратегическое управление международным бизнесом: роль культуры.
9. Стратегическое управление международным бизнесом: этика и социальная ответственность.
10. Основные элементы стратегии инновационного бизнеса.
11. Приоритеты государства в промышленно развитых странах в инновационной деятельности.
12. Характеристика наиболее наукоемких отраслей международного бизнеса.
13. Стратегии международного бизнеса в агропромышленном комплексе.
14. Стратегии международного бизнеса в топливно-энергетическом комплексе.
15. Стратегии международного бизнеса в металлургическом комплексе.
16. Стратегии международного бизнеса в машиностроительном комплексе.
17. Мировая экономика в XX-XXI вв. Новая экономика
18. Структура международных финансовых рынков.
19. Международные финансовые организации.
20. Стратегия развития международного финансового бизнеса.
21. Место и роль международной торговли товарами и услугами в современной системе мирохозяйственных связей.

Примерная тематика курсовых работ

1. Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия (на конкретном примере).
2. Стратегия экспорта и эффективности его продвижения на мировом рынке (на примере конкретного товара).
3. Формирование конкурентной стратегии экспортера на мировом рынке (на примере конкретной фирмы).

4. Маркетинговая среда зарубежного рынка (конкретного) и разработка маркетинговой стратегии по продвижению (конкретного товара) на рынок (конкретной страны, региона).

5. Формы и методы стратегического планирования в международном бизнесе (на примере конкретного предприятия).

6. Стратегия выбора форм и методов работы экспортеров на зарубежных рынках (на примере конкретного предприятия).

7. Стратегия работы дистрибьюторской сети на зарубежном рынке (на примере конкретной фирмы).

8. Стратегия торгово-посреднической деятельности внешнеторговой фирмы (на конкретном примере).

9. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности предприятия-экспортера (на примере конкретной фирмы).

10. Стратегия развития экспортной (импортной) деятельности предприятий на основе электронной торговли (на конкретном примере).

11. Стратегия развития импортозамещающих производств (на примере конкретного предприятия).

12. Стратегия развития международных экономических отношений (на примере конкретных регионов/республик/стран).

13. Стратегия повышения эффективности деятельности фирмы-экспортера (совместного или иностранного предприятия, фирмы-импортера).

14. Стратегическое управление деятельностью совместных предприятий на местном рынке (на примере конкретного предприятия).

15. Разработка стратегии управления деятельностью совместного/иностранного предприятий и его совершенствование (на конкретном примере).

16. Формирование эффективной стратегии создания совместных предприятий (на конкретном примере).

17. Использование организационных форм международной межфирменной кооперации в стратегическом управлении (на примере конкретного предприятия).

18. Стратегия государственного стимулирования развития экспортного производства (на примере конкретного предприятия).

19. Стратегия организации и повышения эффективности внешнеторговой рекламы (на примере конкретной фирмы, товара).

20. Стратегия управления конкурентоспособностью предприятия в международном бизнесе (на конкретном примере).

21. Международный опыт формирования стратегии развития малого бизнеса и возможности его использование в республике.

22. Стратегическое управление оффшорным бизнесом (на примере конкретного предприятия).

23. Международный опыт создания концессионных форм производства с иностранным капиталом и его использование в республике (на примере конкретного предприятия).

24. Особенности формирования и реализации конкурентной стратегии предприятия в условиях международной конкуренции (на примере конкретного предприятия).

25. Стратегический анализ окружающей среды международного бизнеса в США (Европейском Союзе, Японии, Латинской Америке, Азии, СНГ, России – по выбору студента).

26. Методы стратегического многофакторного анализа при сравнении национальных маркетинговых сред (на конкретном примере).

27. Стратегический анализ политической, законодательной, экономической и технологической среды международного бизнеса (на практическом примере анализа среды по выбору студента).

28. Стратегический анализ влияния социокультурной среды на международный бизнес.

29. Стратегический анализ влияние кросс-культурной конкуренции на международный бизнес.

30. Инициативная тема.

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.

8.3.2. 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.

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

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

Темы рефератов-презентаций распределяются на первом занятии, готовые доклады сообщаются в соответствующие сроки согласно Графика учебного процесса и расписания занятий.

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

9. Методические рекомендации (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 итоговый контроль. Текущий контроль осуществляется как в ходе традиционных форм – опроса, контрольных работ, подготовки рефератов по темам практических занятий, так и с помощью тестирования, подготовки деловых игр и решения кейсов. По результатам текущего контроля производится аттестация, допуск к зачету. Итоговый контроль осуществляется в форме итогового тестирования в электронной форме 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.

Аннотации, резюме - это соответственно предельно краткое обобщающее изложение содержания текста, критическая оценка прочитанного документа 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 (15-20 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 15-20 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. 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

Окончательная оценка собранных материалов, их группировка по главам и параграфам, формулировка обобщений и выводов, приведение его содержания и объема необходимо осуществлять в соответствии с ниже перечисленными требованиями.

Введение (1-2 страницы).

Содержит обоснование актуальности избранной темы, краткую характеристику объекта и предмета исследования, определение целей и задач работы, оценку разработанности этой проблемы на данный момент времени, краткую характеристику используемой литературы. Основная часть курсовой работы состоит из 3 глав, которые обычно начинаются постановкой того или иного вопроса (чему посвящена глава), раскрытием его основных сторон, обоснованием выдвинутых положений (фактами, цитированием документов, цифровыми данными, примерами и т.д.). В целях достижения сбалансированности работы теоретические положения должны служить основой анализа практики во всех разделах исследования. Необходимо стремиться к обобщению фактического материала, выявлению причинно-следственных связей, тенденций, объективной оценке и аргументированности своих посылок. Важно выявить факторы – движущие силы – в существенной степени определяющие характер и результаты изучаемого процесса. Наиболее очевидным методом исследования здесь является сравнительный анализ данных, как правило, за 3-5 лет. Главу следует заканчивать обобщениями и краткими выводами, которые подводят к последующему содержанию, чтобы обеспечить единство работы.

Теоретическая глава является основой для последующих глав. В нее включаются: изложение и анализ основных теоретических положений, определяющих сущность и содержание предмета исследования, исходя из цели и задач работы; рассмотрение и оценка точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов по выбранной проблеме; определение наиболее важной проблемы, требующей первоочередного решения, структуризация ее составляющих.

В этой главе студент представляет только тот теоретический материал, который ему потребуется для решения практических вопросов, определенных целями и задачами работы. Об уровне качества материала этой главы обычно свидетельствует перечень литературных источников. Цитируя или упоминая в курсовой работе монографии, статьи и другие источники информации, необходимо делать библиографические ссылки. Сноски выполняются следующим образом: в квадратных скобках проставляется порядковый номер источника информации и номер страницы. Например, записи – [17, с.79] – означают, что автор ссылается в своей работе на семнадцатый источник информации в

списке литературы и на страницу семьдесят девять. При цитировании авторского текста берется текст оригинала и заключается в кавычки. Если же цитата получается слишком громоздкой и из-за сложности ее построения четко не улавливается основная мысль, то достаточно изложить ее основные положения своими словами, сделав необходимую ссылку на источник и номер страницы. Кавычки при этом не ставятся. Для перечисления работ, в которых рассматривались исследуемые вопросы, в скобках перечисляются номера литературных источников. Например, записи [11,23,27,...39] означают, что исследуемый вопрос рассматривается в перечисленных литературных источниках. При приведении ссылок во всех случаях может указываться фамилия и инициалы автора литературного источника. Например: В своей работе академик Иванов И.И. [15, с. 20] рассматривал ...

Во второй главе дается анализ практической ситуации, связанной с рассматриваемой проблемой в контексте объекта исследования. Это может быть отдельная страна, отрасль или регион. Глава начинается с краткой характеристики этого объекта, которая включает в себя такие моменты, как общее описание объекта, оценку его экономического потенциала, эффективности функционирования; место объекта в общественном разделении труда, рейтинг в системе аналогичных объектов. Объем такой характеристики не должен превышать 3-4 страницы машинописного текста, для сокращения объема этого раздела могут использоваться таблицы, рисунки, схемы, помещаемые в разделе “Приложения”. При этом целесообразно провести сравнительный анализ исследуемого объекта и какого-либо сходного объекта, однако выбор объекта сравнения должен быть обоснован.

Анализ проблемы должен содержать не только положительные, но и отрицательные оценки и выводы анализа курсовой работы. Результаты анализа оформляются в таблицах, графиках, диаграммах, подтверждаются необходимыми расчетами. По итогам исследования следует сделать выводы, которые подтверждают наличие проблемы, выявленной в главе, констатируют необходимость ее решения. Затем целесообразно осуществить моделирование и прогнозирование экономической ситуации объекта исследования. Собственные предложения студента должны быть теоретически обоснованы, подкреплены соответствующими расчетами. Если студент затрудняется предложить собственное решение проблемы, то он может изучить передовой отечественный и зарубежный опыт по рассматриваемой проблеме, рекомендации ученых и практиков, опубликованные в печати, и выбрать из них тот вариант, который можно реально осуществить в сложившихся условиях и который наиболее близок мнению студента. Объем данных рекомендации должен быть оформлен отдельной, третьей, главой.

Заключение завершает курсовую работу. По объему оно обычно не превышает 2-3 страницы. Главная его задача – подвести итоги всей работы, сделать (в соответствии со сформулированными во введении целями и задачами курсовой работы) выводы и обобщения, практические рекомендации, вытекающие из результатов исследования.

Список использованных источников. Список необходим для обоснования правильности теоретических и практических выводов и предложений студента, установления достоверности информации, оценки навыков по работе с первоисточником. В список включается литература, которая непосредственно использована студентом, т.е. литература, на которую имеются сноски в курсовой работе. Эта часть работы дает первое представление об уровне ее теоретической и практической проработки, соответствии современным требованиям, теоретическим концепциям, изученным студентом по избранной им теме.

Оформление каждого источника информации в списке литературы производится с указанием издательства, места и года издания, а для журнала также и номера и страниц размещения статьи, в электронном ресурсе – указывается адрес. Каждый источник в списке литературы должен быть пронумерован. В научной литературе допускается использование различных систем организации библиографического аппарата, однако для

курсовых работ предпочтителен вариант внутри текстовых ссылок с расположением литературных источников в следующем порядке: 1) нормативно-правовые документы; 2) монографии и статьи в алфавитном порядке; 3) материалы хозяйствующих субъектов в алфавитном порядке; 4) книги и статьи иностранных авторов в алфавитном порядке на языке оригинала. 5) интернет-публикации для статей необходимо привести полный адрес, для сайтов статистической информации – общее название.

Приложения. Назначение этого раздела – дать более развернутое, чем в основной части курсовой работы, представление о тех источниках и промежуточных материалах, с которыми работал студент. С помощью приложений доказываются достоверность исходных данных, приводимых расчетов, повышается аргументированность выполненного анализа и сделанных предложений. Приложения располагаются в порядке появления на них ссылок в курсовой работе. Каждое приложение начинается с нового листа и содержит в правом верхнем углу слово “Приложение”, напечатанное прописными буквами. При наличии в работе нескольких приложений, каждое из них нумеруется. Если на одном листе может быть помещено несколько рисунков или таблиц, то они также нумеруются в пределах каждого приложения. Объем приложений и их количество не ограничено.

В работе особое внимание обращается на логичность, последовательность, ясность и точность изложения материала, четкость формулировок и определений, общую грамотность. Следует следить за тем, чтобы текст работы не носил характера справки, информации, доклада. Содержание должно соответствовать плану, не выходить за его рамки, но и не сужать тему. Самостоятельность изложения – одно из важных требований, предъявляемых к работе. Неудовлетворительной считается курсовая работа, текст которой хотя бы частично списан из какой-либо брошюры, книги или доклада. Цитаты, мнения различных авторов, статистические данные должны быть, по возможности, краткими, снабжены правильно оформленными ссылками, содержать оценки автора курсовой работы.

Курсовая работа рассматривается как самостоятельный вид учебной работы и оценивается по 100-бальной шкале.

Для оценки курсовых работ используется следующая схема рейтингового расчета:

| Раздел | Критерии | Рейтинговая оценка |
|---|--|--------------------|
| 1. Самостоятельность выполнения работы | Работа написана самостоятельно | 15 |
| | Работа носит частично самостоятельный характер | 10 |
| | Работа носит не самостоятельный характер | 2 |
| 2. Содержание работы | Полностью соответствует выбранной теме | 15 |
| | Частично соответствует выбранной теме | 10 |
| | Не соответствует теме | 2 |
| 3. Элементы исследования | Определены цели и задачи исследования, сформулированы объект и предмет исследования, показана история и теория вопроса | 15 |
| | Определены цели и задачи исследования, не четко определены объект и предмет исследования, частично показана история и теория вопроса | 10 |
| | Не определены цели и задачи исследования, не сформулированы объект и предмет исследования, не показана история и теория вопроса | 2 |
| 4. Цитирование и наличие ссылочного материала | Достаточно | 10 |
| | Частично | 5 |
| | Не использовались | 2 |

| | | |
|---|--|----|
| 5. Наличие собственных выводов, рекомендаций и предложений, собственной позиции и ее аргументации | Да | 15 |
| | Нет | 2 |
| 6. Оформление работы | Соответствует полностью требованиям | 10 |
| | Соответствует частично требованиям | 5 |
| | Не соответствует требованиям | 2 |
| 7. Библиография по теме работы | Актуальна и составлена в соответствии с требованиями | 10 |
| | Актуальна и частично соответствует требованиям | 5 |
| | Не соответствует требованиям | 2 |
| 8. Оценка на защите | Владеет материалом | 10 |
| | Частично владеет материалом | 5 |
| | Не владеет материалом | 2 |

Студент, не защитивший курсовую работу в установленные кафедрой сроки, не допускается к экзамену по дисциплине «Стратегия управления международным бизнесом».

Требования к написанию и защите курсовой работы содержатся в методических рекомендациях (Стратегическое управление международным бизнесом: методические рекомендации к выполнению курсовой работы для студентов 2 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегическое управление в международном бизнесе») очной /заочной форм обучения / сост. П.П. Можаровская. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 23 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12.>)

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

При изучении дисциплины используются лекционные аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием.

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

Оформление сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины

Рабочие программы учебных дисциплин ежегодно обсуждаются, актуализируются на заседаниях ПМК, рассматриваются на заседаниях кафедр и утверждаются проректором по учебной работе, информация об изменениях отражается в листе сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины. В случае существенных изменений программа полностью переоформляется. Обновленный электронный вариант программы размещается на сервере университета.

Изменения в РПУД могут вноситься в следующих случаях:

- изменение государственных образовательных стандартов или других нормативных документов, в том числе локальных нормативных актов;
- изменение требований работодателей к выпускникам;
- разработка новых методик преподавания и контроля знаний студентов.

Ответственность за актуализацию РПУД несут преподаватели, реализующие дисциплину.

СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ НА 20__ /20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

«Название дисциплины»

Направление подготовки

(профиль/магистерская программа)

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)

ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)

УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)

Реквизиты протокола заседания кафедры
от _____ № _____
дата

Общие рекомендации по оформлению рабочей программы учебной дисциплины

РПУД оформляется с использованием средств, которые предоставляются текстовым процессором MS Word (различными версиями) и распечатывается на принтере с хорошим качеством печати.

Оформление текста РПУД: текст должен располагаться на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм), иметь книжную ориентацию для основного текста, и альбомную, если это необходимо для размещения схем, рисунков, таблиц, иллюстраций и др. Для страниц с книжной ориентацией рекомендуется устанавливать следующие размеры полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см.

Для ввода (и форматирования) текста используются: шрифт – Times New Roman, размер – 12 пт, междустрочный интервал – одинарный, способ выравнивания – по ширине для основного текста. Кавычки в тексте оформляются единообразно (либо « », либо “ ”).

Инициалы нельзя отрывать от фамилии и всегда следует размещать перед фамилией, а не наоборот (исключением являются библиографические списки, внутритекстовые и подстрочные примечания, в которых инициалы ставятся всегда после фамилии).

Нумерация страниц: все страницы РПУД нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы без пропусков, повторений. Первой страницей является титульный лист, номер страницы на нем не ставится. Порядковый номер страницы следует проставлять арабскими цифрами в середине верхнего поля страницы.