

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой  
Экономики труда и основ управления



Федченко А.А.  
30.05.2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
Б1.В.ОД.17 Управление международным бизнесом

**1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**

38.03.02 «Менеджмент»

**2. Профиль подготовки/специализация:**

«Международный менеджмент»

**3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

**4. Форма обучения: очная**

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:**

экономики труда и основ управления

**6. Составители программы: Пожидаев Руслан Геннадьевич, к.э.н.**

**7. Рекомендована: НМС экономического факультета, протокол № 5 от 24.05.2018**

---

*отметки о продлении вносятся вручную)*

---

**8. Учебный год: 2019/2020**

**Семестр(ы): 6**

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:**

Цель курса: формирование у студентов комплекса знаний о современных подходах, концепциях, моделях и методах управления международным бизнесом; профессиональных навыков, позволяющих организовать и реализовать процесс анализа и оценки зарубежных рынков, выбора способа проникновения на зарубежные рынки, принятия управленческих решений с учетом специфики деятельности международной компании.

Задачи курса:

- формирование целостного представления об эволюции интернационализации бизнеса, современных тенденциях развития мировой экономики, современных теориях международного бизнеса;

- формирование знаний и навыков стратегического анализа, с учетом специфики деятельности международной компании, в том числе анализа и оценки зарубежных рынков;
- формирование знаний и навыков выбора способа (форм) проникновения на зарубежные рынки, оценки их преимуществ и недостатков исходя из характеристик зарубежного рынка.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** (блок Б1, базовая или вариативная часть, к которой относится дисциплина; требования к входным знаниям, умениям и навыкам; дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей)

Дисциплина «Управление международным бизнесом» относится к блоку Б1 и является основным курсом, входящим в программу подготовки бакалавров программы «Международный менеджмент». Курс рассчитан на слушателей, изучивших базовые общепрофессиональные и социально-экономические дисциплины. Приобретение знаний и навыков осуществляется в ходе лекционных и семинарских занятий, самостоятельной работы, индивидуальных и групповых проектов и заданий, написания эссе и выступления с докладами.

**11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):**

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<p><b>Знать:</b> современные подходы, концепции, модели и методы управления международным бизнесом, современные тенденции развития мировой экономики, современные теории международного бизнеса;</p> <p><b>Уметь:</b> организовать и реализовать процесс анализа и оценки зарубежных рынков, выбора способа проникновения на зарубежные рынки, оценки их преимуществ и недостатков исходя из характеристик зарубежного рынка.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками стратегического анализа, с учетом специфики деятельности международной компании, в том числе анализа и оценки зарубежных рынков; принятия управленческих решений с учетом специфики деятельности международной компании.</p>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. 4/144**

**Форма промежуточной аттестации экзамен**

**13. Виды учебной работы**

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ 6	№ семестра	...
Аудиторные занятия				
в том числе: лекции	32	32		
практические	32	32		
лабораторные				
Самостоятельная работа	44	44		
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – ___ час.)	36	36		
Итого:	144	144		

### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>1. Лекции</b>		
1.1	Тема 1. Международный бизнес и международный менеджмент. Функции управления в международном бизнесе	1. Сущность категорий «международный бизнес» и «международный менеджмент». 2. Основные характеристики международного бизнеса на современном этапе развития. 3. Понятие и особенности международного менеджмента. 4. Задачи международного менеджмента. 5. Структурные элементы международного менеджмента. 6. Специфика функций управления в международном бизнесе.
1.2	Тема 2. Эволюция интернационализации бизнеса	1. Периодизация развития международного бизнеса. Классификации периодов развития международного бизнеса. Работы Р. Робинсона, С. Ронена, Б. Чепмена, Дж. Даннинга. 2. Развитие международного бизнеса до Первой мировой войны. Международная торговля в Древнем мире. Международная торговля в средние века и эпоху великих географических открытий. Международный бизнес в 1820 – 1914 гг. Колониальные империи и массовое индустриальное производство. 3. Международный бизнес в 1914 – 1945 гг. Концессии и власть корпораций. Интернационализация рабочей силы. 4. Развитие международного бизнеса в 1950 – 1980 гг. Становление и развитие новых национальных государств. Развитие международного рынка капитала. Влияние социальных революций 1968 г. на развитие социально-экономических систем национальных государств и мировую экономику. Переход к экспортоориентированному промышленному росту. Появление новых глобальных конкурентов. Появление термина «глобализация бизнеса». 5. Глобализация бизнеса в 1990 – 2010 гг. Развитие и распространение постиндустриального технологического уклада. Экономические, политические и социальные факторы, определившие глобализацию бизнеса. Взаимодополняющее и взаимно усиливающее влияние факторов. Положительное и отрицательное влияние глобализации бизнеса на мировую экономику.
1.3.	Тема 3. Современные теории международного бизнеса и тенденции развития мировой экономики	1. Современные теории международной торговли. Теория подобия стран Стефана Линдера. Теория жизненного цикла продукта Реймонда Вернона. Теория глобальной стратегической конкуренции Пола Кругмана и Келвина Ланкастера. Теория конкурентных преимуществ стран Майкла Портера. 2. Современные теории международных инвестиций. Теория преимуществ обладания ценными активами. Теория интернализации. Эклектическая теория Даннинга 3. Тенденции развития мировой экономики. Макроэкономические тенденции. Микроэкономические тенденции. Социальные и экологические тенденции.
1.4	Тема 4. Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков.	1. Особенности разработки стратегии и источники специфических конкурентных преимуществ международных компаний. Понятие стратегии и стратегического процесса. Элементы стратегии. Особенности международного стратегического менеджмента. Специфика целей и задач международных компаний. Модель «национального ромба» М.Портера. Источники специфических конкурентных преимуществ международных компаний. Процесс стратегического управления в международной компании –

		<p>основные этапы, их сущность и особенности.</p> <p>2. Стратегические альтернативы международных компаний. Стратегия дублирования национальной модели ведения бизнеса. Мультилокальная стратегия. Глобальная стратегия. Транснациональная стратегия. Достижение баланса между необходимостью глобальной интеграции и адаптации к местным условиям.</p> <p>3. Стратегическая пирамида – уровни международной стратегии. Корпоративные стратегии: - стратегия ориентации на один вид деятельности; - связанная диверсификация; - несвязанная диверсификация. Стратегии бизнес-единиц: - стратегия дифференциации; - стратегия лидерства по издержкам; - стратегия фокусирования. Функциональные стратегии. Особенности функциональных стратегий международных компаний.</p> <p>4. Анализ и оценка зарубежных рынков. Оценка потенциала рынка. Оценка уровня конкуренции. Оценка правовой и политической среды. Оценка влияния социальных и культурных факторов. Оценка затрат, доходов и рисков.</p>
1.5	Тема 5. Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки.	<p>1. Факторы, определяющие выбор способа (формы) проникновения на зарубежные рынки. Преимущества обладания ценными активами. Преимущества размещения. Преимущества интернализации операций. Прочие факторы, определяющие выбор способа проникновения на зарубежные рынки.</p> <p>2. Преимущества и недостатки различных способов проникновения на зарубежные рынки. Преимущества и недостатки экспорта. Прямой и косвенный экспорт. Внутрикорпоративный обмен. Учет факторов маркетинга, логистики и организации сбытовой сети при осуществлении экспортных операций. Экспортные посредники. Преимущества и недостатки лицензирования и франчайзинга. Защита интеллектуальной собственности. Преимущества и недостатки специализированных способов участия в международном бизнесе: контрактного производства, управленческих контрактов и строительства объектов под ключ.</p> <p>3. Прямые иностранные инвестиции Сущность прямых иностранных инвестиций как способа организации зарубежных производственных (сервисных) подразделений. Прямые иностранные инвестиции с целью выхода на новые рынки. Прямые иностранные инвестиции с целью повышения эффективности деятельности. Влияние прямых иностранных инвестиций на рынки, отрасли и экономику иностранных государств. Способы регулирования прямых иностранных инвестиций правительствами национальных государств. Условия достижения национальными государствами максимального эффекта от прямых иностранных инвестиций.</p> <p>4. Типы прямых иностранных инвестиций. Стратегия строительства новых предприятий. Стратегия приобретения существующих предприятий. Стратегия создания совместных предприятий.</p>
1.6	Тема 6. Современные типы международных организаций.	<p>1. Современные типы международных организаций. Причины появления новых типов международных организаций. Преимущества новых типов международных организаций перед традиционными.</p> <p>2. Международные стратегические альянсы.</p>

		<p>Типы стратегических альянсов. Комплексный альянс. Функциональный альянс и его разновидности. Научно-технический альянс.</p> <p>Организация деятельности стратегических альянсов.</p> <p>Организационно-правовые формы альянсов.</p> <p>Выбор партнеров.</p> <p>Принципы совместного управления.</p> <p>Преимущества и сложности функционирования международных стратегических альянсов.</p> <p>3. Межфирменные сети.</p> <p>Национальные и международные аспекты создания межфирменных сетей.</p> <p>Влияние межфирменных сетей на формирование глобальных цепочек создания стоимости.</p>
1.7	Тема 7. Международный маркетинг	<p>1. Сущность международного маркетинга.</p> <p>2. Среда международного маркетинга.</p> <p>3. Информационное обеспечение принятия решений в международном маркетинге.</p> <p>4. Товарная политика на внешних рынках.</p> <p>5. Международные маркетинговые коммуникации.</p>
1.8	Тема 8. Международный операционный менеджмент	<p>1. Природа международного операционного менеджмента.</p> <p>2. Производственный менеджмент. Размещение производственных мощностей.</p> <p>3. Логистика и управление ресурсами</p> <p>4. Международные операции по оказанию услуг.</p> <p>5. Управление эффективностью на международных предприятиях.</p>
1.9	Тема 9. Международный финансовый менеджмент	<p>1. Роль финансового менеджмента в международной компании.</p> <p>2. Риск и доходность: модели оценки активов. Ценностно-ориентированный менеджмент</p> <p>3. Бюджетирование капитала и решения о структуре капитала в международной компании</p> <p>4. Политика источников финансирования международной компании</p> <p>5. Слияния и разделение компаний в международном бизнесе</p>
1.10	Тема 10. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями	<p>1. Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе</p> <p>2. Особенности формирования человеческих ресурсов в международных компаниях</p> <p>3. Организационная культура и управление организационным поведением в международном бизнесе</p> <p>4. Практика управления человеческими ресурсами в международных компаниях</p>
<b>2. Практические занятия</b>		
2.1	Тема 1. Международный бизнес и международный менеджмент. Функции управления в международном бизнесе	<p>Основные характеристики международного бизнеса на современном этапе развития.</p> <p>Задачи международного менеджмента.</p> <p>Структурные элементы международного менеджмента.</p>
2.2	Тема 2. Эволюция интернационализации бизнеса	<p>Международная торговля в средние века и эпоху великих географических открытий.</p> <p>Колониальные империи и массовое индустриальное производство. Концессии и власть корпораций.</p> <p>Переход к экспортоориентированному промышленному росту.</p> <p>Появление новых глобальных конкурентов.</p> <p>Развитие и распространение постиндустриального технологического уклада.</p> <p>Экономические, политические и социальные факторы, определившие глобализацию бизнеса. Взаимодополняющее и взаимно усиливающее влияние факторов.</p> <p>Положительное и отрицательное влияние глобализации бизнеса на мировую экономику.</p>
2.3	Тема 3. Современные теории международного бизнеса и тенденции развития мировой экономики	<p>Современные теории международной торговли.</p> <p>Современные теории международных инвестиций.</p> <p>Тенденции развития мировой экономики.</p>

2.4	Тема 4. Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков.	Особенности разработки стратегии и источники специфических конкурентных преимуществ международных компаний. Стратегические альтернативы международных компаний. Стратегия дублирования национальной модели ведения бизнеса. Мультилокальная стратегия. Глобальная стратегия. Транснациональная стратегия. Достижение баланса между необходимостью глобальной интеграции и адаптации к местным условиям. Анализ и оценка зарубежных рынков.
2.5	Тема 5. Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки.	Факторы, определяющие выбор способа (формы) проникновения на зарубежные рынки. Преимущества и недостатки различных способов проникновения на зарубежные рынки. Прямые иностранные инвестиции Влияние прямых иностранных инвестиций на рынки, отрасли и экономику иностранных государств. Способы регулирования прямых иностранных инвестиций правительствами национальных государств. Условия достижения национальными государствами максимального эффекта от прямых иностранных инвестиций. Типы прямых иностранных инвестиций.
2.6	Тема 6. Современные типы международных организаций.	Современные типы международных организаций. Международные стратегические альянсы. Межфирменные сети.
2.7	Тема 7. Международный маркетинг	Среда международного маркетинга. Товарная политика на внешних рынках. Международные маркетинговые коммуникации.
2.8	Тема 8. Международный операционный менеджмент	Производственный менеджмент. Размещение производственных мощностей. Логистика и управление ресурсами Международные операции по оказанию услуг.
2.9	Тема 9. Международный финансовый менеджмент	Риск и доходность: модели оценки активов. Ценностно-ориентированный менеджмент Политика источников финансирования международной компании Слияния и разделение компаний в международном бизнесе
2.10	Тема 10. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями	Особенности формирования человеческих ресурсов в международных компаниях Организационная культура и управление организационным поведением в международном бизнесе Практика управления человеческими ресурсами в международных компаниях

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Тема 1. Международный бизнес и международный менеджмент. Функции управления в международном бизнесе	2	2		4	8
2	Тема 2. Эволюция интернационализации бизнеса	4	4		6	14
3	Тема 3. Современные теории международного бизнеса и тенденции развития мировой экономики	4	4		6	14
4	Тема 4. Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков.	6	6		6	18

5	Тема 5. Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки.	6	6		7	19
6	Тема 6. Современные типы международных организаций.	2	2		3	7
7	Тема 7. Международный маркетинг	2	2		3	7
8	Тема 8. Международный операционный менеджмент	2	2		3	7
9	Тема 9. Международный финансовый менеджмент	2	2		3	7
10	Тема 10. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями	2	2		3	7
	Итого:	32	32		44	108

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

*(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)*

Методические указания по изучению дисциплины (резюме каждой темы, подробное описание семинарских заданий, контрольные вопросы и задания по каждой теме, литература по каждой теме) подробно представлены в:

Пожидаев Р.Г. «Международный менеджмент» учебно-методическое пособие / Р.Г. Пожидаев. – Воронеж: Экономический факультет ВГУ, 2011. – 23 с.

Учебно-методическое пособие доступно студентам в ЗНБ экономического факультета ВГУ

В данном курсе используются классические, аудиторные методы для всех занятий. Лекционная и внеаудиторная работа студентов получает свое практическое завершение на семинаре.

Лекции являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретического обучения. Они должны давать систематизированные основы научных знаний по соответствующей теме, раскрывать состояния и перспективы развития рассматриваемых вопросов, концентрировать внимание студентов на наиболее сложных узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность, формировать творческое мышление.

Практические занятия проводятся с целью углубленного освоения материала лекций, выработки навыков в решении практических задач и производстве необходимых расчетов. Главным содержанием практических занятий является активная работа каждого студента.

Семинарские занятия включают в себя и специально подготовленные презентации-выступления по какой-либо сложной или особо актуальной проблеме, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Тема для такого выступления может быть предложена преподавателям или выбрана самим студентом. На семинаре студент проявляет свое знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный имидж в глазах преподавателя и коллег, получает навыки устного выступления и культуры дискуссии. Помимо презентации-выступления на семинарских занятиях применяются следующие формы работы студентов:

- ответ по вопросам семинара;
- выполнение индивидуальных и групповых проектов
- написание эссе.

Наряду с чтением лекций профессорско-преподавательским составом кафедры менеджмента, изучением основной и дополнительной литературы по курсу студентам рекомендуется проведение самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов является важнейшей составной частью учебной работы и предназначена для достижения следующих целей:

- закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков;
- подготовка к предстоящим занятиям, зачетам, экзаменам;
- формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний.

Следует отметить, что самостоятельная работа студентов приносит результаты лишь тогда, когда она является целенаправленной, систематической и планомерной.

Формами самостоятельной работы студентов являются изучение соответствующих монографий, периодической литературы и статистических материалов, рекомендуемых преподавателями кафедры.

**15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины** (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Медведев А.Г. Международный менеджмент : стратегические решения в многонациональных компаниях : учебник / А.Г. Медведев .— Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2014 .— 495 с. <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=458070">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=458070</a> >. Место хранения ООЭГ
2	Мировая экономика и международный бизнес .— 2-е изд., стер. — Москва : КноРус, 2015 .— 399 с. <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=252923">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=252923</a> >. Место хранения ООЭГ

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Володько В. Ф. Международный менеджмент. – М.: Амалфея, 2009. – 448 с.
2	Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2006. – 1088 стр.
3	Коллинз Дж. С., Поррас Дж. И. Построенные навечно: успех компаний, обладающих видением. / Пер. с англ. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014. – 368 с.
4	Конина Н. Ю. Менеджмент в международных компаниях. Как побеждать в конкурентной борьбе. – М.: ТК Велби, 2008. – 314 с.
5	Льюис Р. Д. Столкновение команд. Успешное управление международной командой. / Пер. с англ. – М.: Инфотропик Медиа, 2013. - 256 стр.
6	Мировая экономика и международные экономические отношения. Под ред. Шаховской Л. – М.: КноРус, 2013. – 256 стр.
7	Наумов С. Управление международной конкурентоспособностью в системе первоочередных практических задач модернизации экономики России / М.: Весь Мир, 2013. – 128 с.
8	Сейфуллаева, М. Э. Международный менеджмент / М.Э. Сейфуллаева .— 2-е изд., — Москва : КНОРУС, 2012 .— 227 с.
9	Хилл Ч. Международный бизнес. / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2013. – 688 стр.
10	Шевченко Б. И. Международный менеджмент. Управление международной компанией. – М.: РГГУ. 2010. – 285 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
1.	<a href="http://www.lib.vsu.ru">http://www.lib.vsu.ru</a>
2.	<a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>
3.	<a href="http://www.e-library.ru">http://www.e-library.ru</a>
4.	<a href="http://www.ibooks.ru">http://www.ibooks.ru</a>
5.	<a href="http://www.rjm.ru">http://www.rjm.ru</a>

\* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы** (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Медведев А.Г. Международный менеджмент : стратегические решения в многонациональных компаниях : учебник / А.Г. Медведев .— Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2014 .— 495 с. <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=458070">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=458070</a> >. Место хранения ООЭГ

**17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**



(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

Мультимедийные проекторы

## 19. Фонд оценочных средств:

### 19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ПК-17	Знать: современные подходы, концепции, модели и методы управления международным бизнесом, современные тенденции развития мировой экономики, современные теории международного бизнеса	Тема 1. Международный бизнес и международный менеджмент. Функции управления в международном бизнесе Тема 2. Эволюция интернационализации бизнеса Тема 3. Современные теории международного бизнеса и тенденции развития мировой экономики Тема 4. Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков. Тема 5. Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки. Тема 6. Современные типы международных организаций. Тема 7. Международный маркетинг Тема 8. Международный операционный менеджмент Тема 9. Международный финансовый менеджмент  Тема 10. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями	Дискуссия  Дискуссия  Доклад Дискуссия  Групповой проект  Групповой проект Дискуссия  Доклад Дискуссия  Дискуссия  Дискуссия  Курсовая работа
	Уметь: организовать и реализовать процесс анализа и оценки зарубежных рынков, выбора способа проникновения на зарубежные рынки, оценки их преимуществ и недостатков исходя из характеристик зарубежного рынка.	Тема 4. Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков. Тема 5. Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки. Тема 6. Современные типы международных организаций. Тема 7. Международный маркетинг Тема 8. Международный операционный менеджмент Тема 9. Международный финансовый менеджмент  Тема 10. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями	Групповой проект  Групповой проект Дискуссия  Доклад Дискуссия  Дискуссия  Дискуссия  Курсовая работа
	Владеть: навыками стратегического анализа, с учетом специфики деятельности	Тема 4. Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков. Тема 5. Способы (формы)	Групповой проект  Групповой

	международной компании, в том числе анализа и оценки зарубежных рынков; принятия управленческих решений с учетом специфики деятельности международной компании.	проникновения на зарубежные рынки. Тема 6. Современные типы международных организаций. Тема 7. Международный маркетинг Тема 8. Международный операционный менеджмент Тема 9. Международный финансовый менеджмент  Тема 10. Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями	проект Дискуссия  Доклад Дискуссия  Дискуссия  Дискуссия  Курсовая работа Тест
<b>Промежуточная аттестация</b>			

\* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

### 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- владение понятийным аппаратом и теоретическими основами дисциплины, методами анализа стратегической информации, а также знать условия и принципы их внедрения;
- понимание взаимосвязи методов стратегического анализа с целями и стратегией организации;
- способность иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, знание практического опыта применения основных методов и инструментов стратегического анализа;
- владение навыками организации процесса стратегического управления на основе методов стратегического анализа.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Групповые проекты, тест, доклады выполнены на «отлично», работа на семинарских занятиях оценена на «хорошо» и «отлично», ответы на дополнительные вопросы оценены на «отлично».	Повышенный уровень	Отлично
Групповые проекты, тест, доклады выполнены на «хорошо» и «отлично», работа на семинарских занятиях оценена на «хорошо» и «отлично», ответы на дополнительные вопросы оценены на «хорошо» или «отлично»	Базовый уровень	Хорошо
Групповые проекты, тест, доклады выполнены на «удовлетворительно» и «хорошо», работа на семинарских занятиях оценена на «удовлетворительно» и «хорошо», ответы на дополнительные вопросы оценены на «удовлетворительно» или «хорошо»	Пороговый уровень	Удовлетворительно
Групповые проекты, тест, доклады не выполнены или выполнены на оценку «неудовлетворительно» работа на семинарских занятиях оценена на «неудовлетворительно», ответы на дополнительные вопросы оценены на «неудовлетворительно»	–	Неудовлетворительно

### 19.3 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

### 19.3.1 Экзаменационное задание:

Тест. Вопросы теста

1. Становление крупных международных корпораций относится к периоду:

- а) великих географических открытий
- б) развития постиндустриального технологического уклада
- в) распространения концессий и роста прямых иностранных инвестиций**
- г) колониальных империй

2. Необходимость расширения рынков сбыта является следствием (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) глобализации бизнеса
- б) изменения характера глобального рынка труда
- в) высокой конкуренции**
- г) сокращения жизненного цикла продукции
- д) глобальных финансовых спекуляций

3. Какой из стратегических альтернатив соответствует следующее определение: «Корпорация воспринимает мир как единый рынок и в качестве основной цели ставит создание стандартизованных товаров и услуг, которые отвечали бы требованиям потребителей во всем мире».

- а) стратегия дублирования национальной модели ведения бизнеса
- б) транснациональная стратегия
- в) мультилокальная стратегия
- г) глобальная стратегия**

4. Для каких отраслей характерна мультилокальная стратегия интернационализации бизнеса

5. К основным специфическим преимуществам международных компаний использующих стратегию несвязанной диверсификации относят (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) возможность получения экономии от масштаба
- б) возможности мобилизации капитала для осуществления инвестиций в новые направления деятельности и максимизации прибыли существующих направлений бизнеса**
- в) снижение уровня коммерческих рисков**
- г) возможность достижения синергетических эффектов от совместной деятельности бизнес-единиц
- д) возможность приобретения и продажи подразделений основываясь на критерии их прибыльности и перспектив положения на рынке**

6. Какие из ниже перечисленных вопросов относятся к анализу уровня конкуренции на зарубежном рынке (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) каковы основные характеристики конкурирующих фирм**
- б) каков размер рынка в натуральном и стоимостном выражении?**
- в) получают ли иностранные компании, действующие на данном рынке, прибыли или они терпят убытки?**
- г) каковы характеристики основных сегментов товарного рынка?
- д) каковы основные каналы сбыта товаров?
- е) какова эффективность работы конкурентов по увеличению доли на рынке, объема продаж и размеров прибыли?**
- ж) какие изменения (краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные) общих размеров данного рынка имели место?**

7. Какие способы проникновения на зарубежные рынки выбирает компания при обладании ценными активами?

8. К основным преимуществам франчайзинга относятся (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) возможность выделения ресурсов тому направлению деятельности, в котором компания имеет наибольший опыт
- б) низкий уровень финансовых рисков**
- в) возможность получения больших прибылей
- г) возможность получения информации об иностранных рынках
- д) возможность избежать тарифных и нетарифных ограничений, ограничений на иностранные инвестиции**

9. Прямые иностранные инвестиции международной компании с целью выхода на новый национальный рынок приводят к следующим основным последствиям для экономики страны экспансии (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) сокращению числа компаний, действующих в отрасли**
- б) увеличению нормы прибыли
- в) модернизации отрасли и смежных отраслей**
- г) снижению конкурентоспособности отрасли
- д) рост объемов производства в отрасли**
- е) снижению средних размеров оплаты труда в отрасли
- ж) росту квалификационных требований к занятым в отрасли, росту спроса на квалифицированные кадры**

10. К основным преимуществам стратегии строительства новых предприятий относятся (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) возможность получения контроля над производственными активами, технологиями, торговыми марками и сбытовой сетью
  - б) возможность выбора места размещения
  - в) возможность избежать долгов, необходимости модернизации оборудования и переобучения кадров
  - г) возможность немедленного получения прибыли
  - д) увеличение производственных мощностей в данной отрасли
11. К основным сложностям функционирования международных стратегических альянсов относятся (можно отметить несколько вариантов ответов):

- а) доступ к информации
- б) разделение рисков
- в) конфликты, связанные с распределением прибыли
- г) потеря автономности
- д) упрощенный выход на новые рынки
- е) несовместимость партнеров

Критерии оценки

Выполнение тестового задания оценивается следующим образом:

- правильные и полные (то есть с перечислением всех возможных правильных вариантов) ответы на 10 и более вопросов – «отлично»;
- правильные и полные ответы на 9 вопросов, правильные, но не полные ответы на 10 и более вопросов – «хорошо»;
- правильные и полные ответы на 6 вопросов, а также правильные, но неполные ответы на 8 и более вопросов – «удовлетворительно»;
- правильные и полные ответы менее чем на 6 вопросов, а также правильные, но неполные ответы менее чем на 8 вопросов – «неудовлетворительно».

### 19.3.2 Перечень практических заданий

**Семинарское занятие №1** по теме «Международный бизнес и международный менеджмент. Функции управления в международном бизнесе»

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №2** по теме «Эволюция интернационализации бизнеса»

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме выступлений студентов с докладами, с последующим обсуждением.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается 4-х балльной шкале.

Темы докладов:

1. Международная торговля в Древнем мире.
2. Международная торговля в средние века и эпоху великих географических открытий.
3. Международный бизнес в 1820 – 1914 гг. Колониальные империи и массовое индустриальное производство.
4. Концессии и власть корпораций.
5. Интернационализация рабочей силы.
6. Развитие международного рынка капитала.
7. Переход к экспортоориентированному промышленному росту.
8. Появление новых глобальных конкурентов.
9. Развитие и распространение постиндустриального технологического уклада.
10. Экономические, политические и социальные факторы, определившие глобализацию бизнеса.
11. Положительное и отрицательное влияние глобализации бизнеса на мировую экономику.

**Семинарское занятие №3** по теме «Эволюция интернационализации бизнеса»

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №4** по теме «Современные теории международного бизнеса и тенденции развития мировой экономики»

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме выступлений студентов с докладами, с последующим обсуждением.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается 4-х балльной шкале.

Темы докладов:

1. Теория подобия стран Стефана Линдера.
2. Теория жизненного цикла продукта Реймонда Вернона.

3. Теория глобальной стратегической конкуренции Пола Кругмана и Келвина Ланкастера.
4. Теория конкурентных преимуществ стран Майкла Портера.
5. Теория преимуществ обладания ценными активами.
6. Теория интернализации.
7. Эклектическая теория Даннинга
8. Макроэкономические тенденции развития мировой экономики.
9. Микроэкономические тенденции развития мировой экономики.
10. Социальные и экологические тенденции развития мировой экономики.

**Семинарское занятие №5** по теме «Современные теории международного бизнеса и тенденции развития мировой экономики»

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №6** по теме «Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №7 и №8** по теме «Международный стратегический менеджмент. Анализ и оценка зарубежных рынков».

*Форма проведения:* подготовка группового проекта, коллективное обсуждение.

*Порядок проведения:* студенты самостоятельно формируют группы по 2-3 человека, подготавливают групповой проект, на семинарских занятиях заслушиваются и обсуждаются групповые проекты студентов.

*Что оценивается:* качество выполнения задания, ответы на вопросы, активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Групповой проект оценивается по 4-х балльной шкале.

*Информация необходимая для выполнения задания.*

Подробная информация приведена в КИМ дисциплины и учебно-методическом пособии:

Пожидаев Р.Г. «Международный менеджмент» учебно-методическое пособие / Р.Г. Пожидаев. – Воронеж: Экономический факультет ВГУ, 2011. – 23 с.

**Семинарское занятие №9 и №10** по теме «Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки».

*Форма проведения:* подготовка группового проекта, коллективное обсуждение.

*Порядок проведения:* студенты самостоятельно формируют группы по 2-3 человека, подготавливают групповой проект, на семинарских занятиях заслушиваются и обсуждаются групповые проекты студентов.

*Что оценивается:* качество выполнения задания, ответы на вопросы, активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Групповой проект оценивается по 4-х балльной шкале.

*Информация необходимая для выполнения задания.*

Подробная информация приведена в КИМ дисциплины и учебно-методическом пособии:

Пожидаев Р.Г. «Международный менеджмент» учебно-методическое пособие / Р.Г. Пожидаев. – Воронеж: Экономический факультет ВГУ, 2011. – 23 с.

**Семинарское занятие №11** по теме «Способы (формы) проникновения на зарубежные рынки».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №12** по теме «Современные типы международных организаций».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №13** по теме «Международный маркетинг».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме выступлений студентов с докладами, с последующим обсуждением.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

Темы докладов:

1. Влияние международной торговой политики государства на маркетинговую деятельность фирмы за рубежом.
2. Использование стратегий охвата международного рынка зарубежными фирмами (на примере определенной стратегии, фирмы, товара или услуги).
3. Маркетинговая деятельность ТНК на международном уровне.

4. Организация системы товародвижения на зарубежных рынках при экспортных поставках.
5. Особенности проведения маркетинговых исследований зарубежными компаниями на российском рынке.
6. Особенности разработки сбытовой политики предприятия при выходе на внешний рынок (на примере отдельных фирм, рынков, товаров и услуг).
7. Правовые аспекты международной маркетинговой деятельности (на примере различных стран).
8. Признаки и критерии сегментации на потребительском зарубежном рынке, общее и особенное по сравнению с сегментацией внутреннего рынка.
9. Рекламные компании глобальных ТНК.
10. Роль и особенности культуры страны в разработке международной маркетинговой политики (на примере различных стран; с использованием различных элементов: языка, традиций, религии и т.д.).
11. Современный международный брэндинг.
12. Стратегии модернизации и модификации товаров как способ продления жизненного цикла товаров.
13. Тотальная глобализация и международный маркетинг.
14. Управление рисками в международном маркетинге.
15. Эволюция концепций маркетинга и международного маркетинга

**Семинарское занятие №14** по теме «Международный операционный менеджмент».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №15** по теме «Международный финансовый менеджмент».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

**Семинарское занятие №16** по теме «Международное управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями».

*Форма и порядок проведения:* семинарское занятие проходит в форме дискуссии по вопросам для обсуждения.

*Что оценивается:* активность студентов и аргументированность высказываемых ими точек зрения. Работа студентов на семинарском занятии оценивается по 4-х балльной шкале.

### 19.3.3 Тестовые задания

Вопросы тестового задания и критерии оценки выполнения тестового задания приведены в п.19.3.1.

### 19.3.4 Темы курсовых работ

1. Разработка международной стратегии: специфика и методы.
2. Разработка стратегии выхода высокотехнологичной компании на зарубежный рынок.
3. Разработка стратегии выхода промышленного предприятия на зарубежный рынок.
4. Разработка стратегии выхода предприятия сферы услуг на зарубежный рынок.
5. Анализ внешней среды при выходе фирмы на зарубежный рынок.
6. Международные стратегические альянсы в современной экономике.
7. Международный маркетинг и бизнес-стратегии.
8. Управление эффективностью в международных компаниях.
9. Управление качеством в международных компаниях.
10. Информационный менеджмент в международных компаниях.
11. Управление цепью поставок в международных компаниях.
12. Менеджмент услуг в международных компаниях.
13. Свободные экономические зоны (СЭЗ) в мировой экономике.
14. Государственная кластерная политика: применение зарубежного опыта в российской практике.
15. Зарубежный опыт использования кластерного подхода к развитию региональной экономики.
16. Инвестиционная привлекательность региона как фактор его конкурентоспособности: международный аспект.
17. Мировой опыт формирования элементов инвестиционной инфраструктуры территории в российской практике.
18. Использование зарубежного опыта развития малого предпринимательства в региональной экономике.
19. Интеграция российских предприятий в международное научно-техническое сотрудничество.
20. Место торгово-промышленной палаты в инвестиционной инфраструктуре региона и ее роль в процессе привлечения иностранных инвестиций в регион.
21. Влияние ТНК на национальную экономику.
22. Стратегия выхода предприятия на международный рынок ценных бумаг с помощью IPO.

23. Проблемы привлечения ПИИ и оценка инвестиционной привлекательности.
24. Применение мирового опыта оценки экономической эффективности инвестиционных проектов в российской практике.
25. Анализ и оценка эффективности международных IPO, проведенных российскими компаниями.
26. Анализ рисков международных инвестиционных проектов.
27. Теории международных инвестиций: сравнение и перспективы развития.
28. Эффективные стратегии прямых иностранных инвестиций.
29. Развитие международного ритейла FMCG и его влияние на формирование розничной торговли в России.
30. Влияние развития рынка логистических услуг в России и за рубежом на формирование международных товарных потоков.
31. Особенность выхода зарубежных компаний на российский рынок на условиях франчайзинга.
32. Совершенствование деятельности предприятия, работающего на условиях франшизы торговой марки.
33. Совершенствование системы управления международными брендами.
34. Разработка маркетинговой стратегии выхода на региональный рынок.
35. Система мотивации в международных компаниях.

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в следующих формах: выполнение практико-ориентированных заданий, эссе, дискуссий, групповых проектов.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя практические задания, позволяющие оценить степень формирования знаний и навыков.

При оценивании используется количественная шкала оценок.

Критерии оценивания приведены выше.