



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

Заведующий кафедрой  
менеджмента

\_\_\_\_\_ Е.Б. Гаффорова

\_\_\_\_\_ В.В. Жохова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент**

**Форма подготовки очная/заочная**

курс 3/4 семестр 5  
лекции 18 час./8 час.  
практические занятия 36 час./12 час.  
лабораторные работы \_-\_  
в том числе с использованием МАО лек. 18 час. /пр. 18 час./лаб \_-\_  
всего часов аудиторной нагрузки 54 час./20 час.  
в том числе с использованием МАО 18 час./-  
самостоятельная работа 54 час./115 час.  
в том числе на подготовку к экзамену – 36 час./9 час.  
контрольные работы (количество) \_-\_  
курсовая работа / курсовой проект \_-\_  
зачет \_-\_  
экзамен 5 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 04.04.2016 г. 12-13-592.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры мировой экономики,

протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Заведующий кафедрой: Кравченко А.А.

Составитель: старший преподаватель Дрозд Е.Г.

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## ABSTRACT

**Bachelor's degree in 38.03.02 Management**

**Course title:** “Fundamentals of International Business”

**Variable part of Block 1, 4 credits**

**Instructor:** Elena G. Drozd, Senior lecturer

**At the beginning of the course a student should be able to:**

- self-organize and self-educate;
- understand, use, generate and correctly express ideas in Russian in publications and public discussions;
- speak a foreign language in oral and written form for intercultural and foreign language communication;
- collect primary statistical data on the state of the world economy on the basis of publications of national and international economic organizations;
- have an idea of the uneven economic development of countries in the modern world economy in the context of globalization.

**Learning outcomes:**

- the ability to build standard theoretical and econometric models, to analyze and meaningfully interpret the results based on the description of economic processes and phenomena (PC-4);

**Course description:**

The content of the course “Fundamentals of International Business” covers the following range of issues: the concept and essence of international business; reasons for the internationalization of business; stakeholders; the interrelation of globalization processes and trends in the development of international business; main types of states and their role in the global economy; a system of indicators characterizing the economic potential of countries and the state of their economy used in assessing the prospects for doing business; concept and types of country differences; cultural differences between countries and their impact on the business and management of a multicultural team; factors affecting the ability and prospects

of doing business in a particular country; regional associations of countries and their impact on the economy of a particular country and the business processes occurring in it; the role of international corporations, TNCs and TNBs in the global economy; main theories explaining the movement of goods and production factors between countries; ways for companies to enter new markets; forms of conducting (realization) of business; international trade in goods, services, intellectual property: participants, especially the organization and conduct of trade transactions; core strategies of international companies; analysis of the practice of specific companies to conduct business abroad; problems and difficulties faced and many others.

**Main course literature:**

1. Mezhdunarodnyy biznes: uchebnoye posobiye [International business: textbook]/ V.A. Mikhalkin. – Moscow: Magistr: NITS Infra-M, 2012. – 320 p. (rus) – Access: <http://znanium.com/catalog/product/315695>
2. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye ekonomicheskiye otnosheniya: uchebnyk dlya studentov bakalavriata, obuchayushchikhsya po spetsial'nostyam «Mirovaya ekonomika», «Mezhdunarodnyye otnosheniya» [The world economy and international economic relations: a textbook for undergraduate students enrolled in the specialties "World economy", "International relations"]/V.B. Mantusov [i dr.] – Moscow: YUNITI-DANA, 2015. - 447 p. (rus) – Access: <http://www.iprbookshop.ru/34480.html>
3. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye ekonomicheskiye otnosheniya: uchebnyk [The world economy and international economic relations: textbook]/A. S. Bulatov, N. N. Liventsev. - Moscow: Magistr, NITS INFRA-M, 2013. – 654 p. (rus) – Access: <http://znanium.com/catalog/product/395423>
4. Osnovy mezhdunarodnogo biznesa: uchebnoye posobiye [Fundamentals of international business: textbook]/M.V. Chineny. – Moscow: KnoRus, 2012. – 303 p. (rus) – Access: <https://www.book.ru/book/902269>
5. Chebotarev, N.F. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye ekonomicheskiye otnosheniya: uchebnyk dlya bakalavrov [The world economy

and international economic relations: textbook for bachelor' program students]/ N. F. Chebotarev. – Moscow: Dashkov i K, 2014. – 350 p. (rus) – Access: <http://www.iprbookshop.ru/24797.html>

**Form of final control: exam**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Fundamentals of International Business**  
**(Основы международного бизнеса)»**

Учебный курс «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» предназначена для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» включена в вариативную часть блока «Дисциплины/модули».

Общая трудоемкость составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения таких дисциплин, как «Макроэкономика», «Основы менеджмента», «Теория организации», «Экономика фирмы», «Управленческие решения», «Основы предпринимательства» и позволяет подготовить студентов к изучению таких дисциплин как «Теория отраслевых рынков», «Стратегический менеджмент», «Деловые коммуникации и управление конфликтами», «Экономический и инвестиционный анализ», «Маркетинговые исследования», «Бизнес-планирование», «Технологическое и интернет-предпринимательство», «Международный маркетинг», а также других.

Содержание дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» охватывает широкий круг вопросов: понятие и сущность международного бизнеса; причины интернационализации бизнеса; заинтересованные стороны; взаимосвязь процессов глобализации и тенденций развития международного бизнеса; основные типы государств и их роль в мировой экономике; система показателей, характеризующих

экономический потенциал стран и состояние их экономики, используемых при оценке перспектив ведения бизнеса; понятие и виды страновых различий; культурные различия между странами и их влияние на ведение бизнеса и управление мультикультурным коллективом; факторы, влияющие на возможность и перспективность ведения бизнеса в конкретной стране; региональные объединения стран и их влияние на экономику конкретной страны и происходящие в ней бизнес-процессы; роль международных корпораций, ТНК и ТНБ в мировой экономике; основные теории, объясняющие движение товаров и факторов производства между странами; способы выхода компаний на новые рынки; формы ведения (реализации) бизнеса; международная торговля товарами, услугами, интеллектуальной собственностью: участники, особенности организации и проведения торговых сделок; основные стратегии международных компаний; анализ практики конкретных компаний по ведению бизнеса за рубежом; проблемы и сложности, с которыми приходится сталкиваться и другие.

**Цель** – формирование у студентов понимания происходящих мировых процессов и их влияния на деятельность компании при расширении бизнеса, его выходе за пределы страны базирования и последующей интернационализации.

**Задачи:**

- сформировать у студентов понимание сущности и структуры современного мирового хозяйства, а также причинно-следственных связей происходящих процессов;
- выработать системный подход к анализу тенденций развития мировой экономики при планировании выхода конкретной компании на новый рынок и дальнейшей интернационализации бизнеса;
- ознакомить с сущностью, формами и подходами к ведению международной деятельности компаний.

Для успешного изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции (элементы компетенций):

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях;
- уметь осуществлять сбор первичных статистических данных о состоянии мировой экономики на основе публикаций национальных и международных экономических организаций;
- владеть иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации;
- иметь представление о неравномерности экономического развития стран в современном мировом хозяйстве в условиях глобализации и интернационализации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются и развиваются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Знает	существующие методы измерения влияния отдельных процессов на экономику стран, развитие торговых отношений, других видов сотрудничества между ними и на ведение бизнеса в этих странах
	Умеет	использовать систему знаний о состоянии и тенденциях развития мировой экономики, происходящих процессах глобализации и интернационализации для анализа и сопоставления данных о сходстве и различия ведения бизнес в конкретных регионах мира и отдельных странах
	Владеет	навыками практического использования системы показателей статистического анализа данных, опубликованных на русском и английском языках, навыками написания аналитических отчётов на основе полученных данных, навыками написания



		аналитических заметок в соответствии с полученным заданием, изложением своего мнения с приведением аргументов и подтверждающих расчётов, подготовкой презентаций и докладов
--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: метод ситуационного анализа, кейс-стади.

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **(18 час./8 час.)**

#### **Тема 1. Введение в международный бизнес (2 час./1 час.)**

Понятие и сущность международного бизнеса; стейкхолдеры результатов международной деловой активности.

Международный бизнес и деловая активность компаний внутри страны: сходства и различия. Причины и цели участия в международном бизнесе.

Причины расширения масштабов международного бизнеса. Влияние распространения Интернета и развития технологий на международный бизнес.

#### **Тема 2. Влияние глобализации на развитие международного бизнеса (2 час./ - )**

Усиление тенденций глобализации в развитии мирового хозяйства на рубеже XX-XXI вв. Факторы интенсивного развития глобализации. Глобализация рынков. Глобализация производства. Глобализация VS международный бизнес.

**Тема 3. Роль международных корпораций в мировой экономике и международном бизнесе (3 час./1 час.)** Международные корпорации: причины возникновения, характерные признаки, классификация.

Понятие «транснациональная корпорация», существующие типы ТНК и особенности их развития. Структура ТНК. Особенности современной стратегии ТНК.

Деятельность ТНК в мире. Географическое распределение ТНК и основные направления деятельности. Оценка последствий деятельности ТНК для принимающей страны.

#### **Тема 4. Политические, экономические и правовые аспекты международного бизнеса (5 час./3 час.)**

Понятие и виды страновых различий. Политическая среда, устройство государства и распределение власти; краткая характеристика распространённых политических систем.

Критерии группировки стран по уровню экономического развития и степени вовлеченности в мировое хозяйство.

Принципы классификации стран по экономическому потенциалу и по уровню социально-экономического развития. Неравномерность экономического развития и дифференциация стран в мировой экономике.

Классификация стран Международного Валютного Фонда. Классификация стран Всемирного банка. Классификация ООН. Классификация ЮНКТАД.

Система показателей, характеризующих экономический потенциал стран и состояние их экономики, используемых при оценке перспектив ведения бизнеса.

Правовая среда: понятие, элементы; различия между правовыми системами; виды систем применимого права: общее, гражданское, религиозное, обычное (традиционное) и смешанное право.

#### **Тема 5. Основные теории, объясняющие движение товаров и факторов производства между странами (4 час./2 час.)**

Классические теории торговли: меркантилизм, неомеркантилизм; теории А. Смита об абсолютных преимуществах; теория Д. Риккардо о сравнительных преимуществах; определение сравнительных преимуществ с учетом стоимости товаров, теория соотношения факторов производства Э. Хекшера – Б. Олина

Современные теории торговли, основанные на характеристиках компаний: теория подобия стран Стефана Линдера; теория жизненного цикла продукта Реймонда Вернона, теория конкурентных преимуществ стран Майкла Портера.

#### **Тема 6. Основные стратегии международных компаний (2 час./1 час.)**

Условия и ограничения выбора и применения конкретной стратегии; интернациональная стратегия (international strategy): основной принцип, условия, при которых стратегия наиболее эффективна; мультинациональная (multi-domestic strategy); глобальная (global strategy) и транснациональная (transnational strategy) стратегия. Сходства и различия стратегий.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Семинарские/практические занятия**

**(36 час./12 час., в том числе 18 час. с использованием методов активного обучения)**

#### **Занятие 1. Введение в международный бизнес (2 час./1 час.)**

1. Понятие и сущность международного бизнеса.
2. Международный бизнес и деловая активность компаний внутри страны: сходства и различия.
3. Причины и цели участия в международном бизнесе.

#### **Занятие 2. Глобализация и её влияние на экономику стран (2 час./1 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – ситуационный анализ (2 час.)*

1. Положительные и отрицательные последствия глобализации для национальных экономик стран.
2. Глобализация: путь к разрешению современных глобальных проблем или их источник?
3. Причины возникновения движения антиглобалистов и его влияние на политику государств и на ведение бизнеса в различных странах.

4. Рассмотрение ситуаций.

#### **Занятие 3-4. Интернационализация бизнеса (4 час./1 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – кейс-стади (2 час.)*

1. Понятие и сущность интернационализации бизнеса.
2. Роль интернационализации в жизненном цикле компании.
3. Факторы интенсивного развития интернационализации бизнеса на рубеже XX-XXI вв. Общемировые тенденции, способствующие интернационализации.
4. Критерии, на которых может быть основан выбора модели и метода интернационализации.
5. Позитивные и негативные факторы, влияющие на выбор стратегии.
6. Истории интернационализации бизнеса компаний. Выполнение кейса.

#### **Занятие 5. Способы выхода компаний на новые рынки (2 час./1 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – кейс-стади (2 час.)*

1. Цели и причины, по которым компании стремятся на новые рынки.
2. Основные способы проникновения компании на зарубежный рынок: экспорт, лицензионные соглашения, франчайзинг, совместные предприятия.
3. Специальные способы проникновения компаний в зарубежные экономики: контрактное производство, управленческие контракты и строительство объектов «под ключ».
4. Рассмотрение опыта конкретных компаний. Выполнение кейса.

#### **Занятие 6-8. Культурные различия между странами и их влияние на ведение бизнеса и управление мульти-культурным коллективом (6 час./2 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – ситуационный анализ (4 час.)*

1. Элементы культуры и их влияние на международный бизнес.
2. Способы и средства коммуникации между представителями различных культур.
3. Различия в системе культурных ценностей (по Гирту Хофстеде).

4. Культурные различия с позиции контекстуального подхода Э. Холла.
5. Международный менеджмент и культурные различия.
6. Обзор практики управления мульти-культурными командами в различных компаниях. Анализ ситуаций.

**Занятие 9. Этика и социальная ответственность в международном бизнесе (2 час./1 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – ситуационный анализ (2 час.)*

1. Сущность этики и социальной ответственности в международном бизнесе.
2. Этика в кросс-культурном и международном контексте.
3. Алгоритм выстраивания взаимоотношения компании и работников.
4. Управление этикой поведения в зарубежных странах. Анализ ситуаций.

**Занятие 10. Правовая среда международного бизнеса (2 час./1 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – кейс-стади (2 час.)*

1. Обзор видов правовых систем и их краткая характеристика.
2. Влияние национального законодательства в принимающей стране на способность иностранной компании вести бизнес.
3. Ведение международного бизнеса в условиях различия систем патентного права: возможности и вызовы.
4. Изучение практических примеров. Выполнение кейса.

**Занятие 11-12. Влияние участия стран в региональных объединениях и торговых соглашениях на экономику и происходящие в ней бизнес-процессы (4 час./1 час.)**

1. Причины развития региональной экономической интеграции.
2. Понятие, содержание и формы интеграции.
3. Механизм расширения и последствия экономической интеграции.
4. Участие стран в соглашениях (МОКК, МОНК и другие) о торговле сырьевыми товарами.

5. Влияние участия страны в международных торгово-экономических организациях на развитие международного бизнеса.

**Занятие 13-14. Оценка новых рынков (4 час./1 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – кейс-стади (2 час.)*

1. Алгоритм оценки потенциальных зарубежных рынков с целью расширения бизнеса.
2. Оценка альтернативных вариантов.
3. Оценка уровня затрат, доходов и рисков.
4. Выявление существенных экономических, правовых и культурных различий между страной базирования компании и принимающей экономикой, имеющих значение при ведении международного бизнеса.
5. Анализ практических примеров. Выполнение кейса.

**Занятие 15-16. Оценка новых рынков (4 час./ - )**

*Метод активного / интерактивного обучения – кейс-стади (2 час.)*

1. Выполнение индивидуального задания мини-группами.
2. Презентация полученных в ходе сбора и анализа результатов.
3. Обсуждение полученных в ходе сбора и анализа информации результатов с остальными студентами.

**Занятие 17. Формы ведения бизнеса (2 час./1 час.)**

1. Краткая характеристика основных традиционных форм ведения бизнеса.
2. Специальные экономические зоны как форма ведения международного бизнеса: понятие; эволюция; подходы к классификации; особенности функционирования; современные тенденции развития.
3. Ведение деловой деятельности в офшорных зонах: возможности и риски.
4. Стратегические альянсы и их роль в международном бизнесе.

**Занятие 18. Международная торговля товарами, услугами, объектами интеллектуальной собственности (2 час./1 час.)**

1. Особенности организации и проведения торговых сделок.

2. Прямой и косвенный экспорт товаров и услуг: понятие, сходство и различие.
3. Причины и целесообразность привлечения посредников.
4. Особенности торговли результатами интеллектуальной собственности.

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### **IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА**

№	Контролируемые	Коды и этапы формирования	Оценочные средства
---	----------------	---------------------------	--------------------

п/п	разделы / темы дисциплины	компетенций		текущий контроль	промежуточная аттестация
		ПК-4	знает существующие методы измерения влияния отдельных процессов на экономику стран, развитие торговых отношений, других видов сотрудничества между ними		
умеет строить стандартные эконометрические модели, анализировать и интерпретировать полученные результаты				ОУ-3, ПР-1 (Т.З. 1-20), ПР-11	ОУ-1 (В. 1 - 40)
владеет навыками практического использования системы показателей статистического анализа данных, навыками написания аналитических заметок в соответствии с полученным заданием, изложением своего мнения с приведением аргументов и подтверждающих расчётов, подготовкой презентаций и докладов				ОУ-3, ПР-1 (Т.З. 1-20), ПР-11	ОУ-1 (В. 1 - 40)

Примеры типовых контрольных заданий, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**



## Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Международный бизнес: учебное пособие/В.А. Михалкин. – М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. – 320 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/315695>
2. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по специальностям «Мировая экономика», «Международные отношения»/В.Б. Мантусов [и др.] – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 447 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34480.html>
3. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник/А. С. Булатов, Н. Н. Ливенцев. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 654 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/395423>
4. Основы международного бизнеса: учебное пособие/М.В. Чиненов. — М.: КноРус, 2012. — 303 с. — Режим доступа: <https://www.book.ru/book/902269>
5. Чеботарев, Н.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для бакалавров/Н. Ф. Чеботарев. – М.: Дашков и К, 2014. – 350 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24797.html>

## Дополнительная литература

*(печатные и электронные издания)*

1. Звонова, Е.И. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие/Е. Н. Звонова, И. Е. Медушевская. – Саратов: Вузовское образование, 2014. – 274 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19285.html>
2. Международный бизнес в отраслях нефтегазового комплекса: учебник/Под ред. Ю.Н. Линника, В.Я. Афанасьева, А.С. Казака. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 218 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/510371>

3. **Международный бизнес: учебное пособие/В.К. Поспелов, Н.Н. Котляров, Н.В. Лукьянович, Е.Б. Стародубцева; Под ред. В.К. Поспелова. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 256 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/443413>**
4. **Международный маркетинг и бизнес: учебное пособие/Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/390294>**
5. **Международный офшорный бизнес: учебное пособие/А.П. Матусевич. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 192 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550769>**
6. **Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для бакалавров/И.П. Николаева [и др.]. – М.: Дашков и К, 2014. – 242 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24798.html>**
7. **Пономарева, Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Е. С. Пономарева, Л. А. Кривенцова, П. С. Томилов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 287 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8098.html>**
8. **Сейфуллаева М.Э. Маркетинговые стратегии современных ТНК: монография/М.Э. Сейфуллаева. – М.: Научный консультант, 2016. – 202 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75329.html>**
9. **Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе: монография/В.И. Королев, Л.Г. Зайцев, А.Д. Заикин; Под ред. проф. В.И. Королева. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 400 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/426905>**
10. **Daniels John D., Radebaugh Lee H., Sullivan Daniel P. International Business: Environments and Operations/by John D. Daniels – 15th edition – Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Limited, 2015. – 897 p. (en) – Access: <http://www.gbv.de/dms/zbw/784014736.pdf> (web portal of GBV Common Library Network of the several German States)**

## **Периодические издания**

1. Внешнеэкономический бюллетень
2. Менеджмент в России и за рубежом
3. Мировая экономика и международные экономические отношения
4. Business Monitor
5. Economist
6. Far Eastern Economic Review
7. Financial Times
8. Forbes
9. Global Business Advisor Magazine
10. Global Trade Review
11. Globalist
12. Journal of International Business Studies

## **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**

### **«Интернет»**

1. Официальный сайт Всемирной торговой организации. Режим доступа: <http://www.wto.org/>
2. Официальный сайт Группы Всемирного банка. Режим доступа: <http://www.worldbank.org/>
3. Официальный сайт Международного валютного фонда. Режим доступа: <http://www.imf.org/>
4. Официальный сайт Международной организации труда. Режим доступа: <http://www.ilo.org/>
5. Официальный сайт Организации Объединенных Наций. Режим доступа: <http://www.un.org/>
6. Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития. Режим доступа: <http://www.oecd.org/>

## **Перечень информационных технологий**

### **и программного обеспечения**

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант». Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
3. Справочная система «Кодекс». Режим доступа: <http://www.kodeks.ru/>
4. Программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft

PowerPoint.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Реализация дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, семинарские/практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий с обязательным предоставлением результатов, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» является экзамен, который проводится в виде собеседования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (40 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (40 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – «отлично», 76-85 баллов – «хорошо», 61-75 баллов – «удовлетворительно», 60 и менее баллов – «неудовлетворительно».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[ \frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где:  $W = \sum_{i=1}^n k_i^n = \sum_{i=1}^n k_i^n$  для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n = \sum_{i=1}^m k_i^n$  для итогового рейтинга;

$P(n)$  – рейтинг студента;

$m$  – общее количество контрольных мероприятий;

$n$  – количество проведенных контрольных мероприятий;

$O_i$  – балл, полученный студентом на  $i$ -ом контрольном мероприятии;

$O_i^{max}$  – максимально возможный балл студента по  $i$ -му контрольному мероприятию;

$k_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия;

$k_i^n$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

### **Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины**

По каждой теме дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» в соответствии с рабочей программой предполагается проведение аудиторных занятий (лекций, семинарских или практических занятий) и самостоятельной работы. Время, на изучение дисциплины и планирование его объема на самостоятельную работу студента отводится согласно рабочему учебному плану данного направления подготовки с учётом профилей. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, проблемные лекции, дискуссии и т.д.

Для сокращения затрат времени на изучение дисциплины в первую очередь, необходимо своевременно 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 (списки рекомендуемой и дополнительной литературы, темы практических занятий, тестовые задания, а также другие необходимые материалы) имеются в разработанной программе дисциплины.

Регулярное посещение лекций и практических занятий не только способствует успешному овладению теоретическим материалом, но и помогает наилучшим образом организовать время, т.к. все виды занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат. Важная роль в планировании и организации времени на изучение дисциплины отводится знакомству с планом-графиком выполнения самостоятельной работы студентов по данной дисциплине. В нем содержится перечень видов самостоятельной работы по всем темам изучаемой дисциплины, указаны примерные нормы времени на выполнение и сроки сдачи выполненных заданий.

Чтобы информация по дисциплине лучше запоминалась, целесообразно изучать ее поэтапно, согласно предлагаемому преподавателем плану – по темам и в строгой последовательности, т.к. последующие темы, опираются на предыдущие. При подготовке к практическим занятиям целесообразно за несколько дней до занятия внимательно 1–2 раза прочитать нужную тему и разобраться со всеми теоретико-методическими положениями и примерами. Для более глубокого усвоения материала крайне важно обратиться за помощью к основной и дополнительной учебной, справочной литературе, журналам или к преподавателю за консультацией. Программой предусмотрен вариант, когда результаты самостоятельного изучения темы должны быть изложены в виде конспектов. За день до семинара крайне важно повторить определения базовых понятий, классификации и другие базовые положения.

Важной частью работы студента является знакомство с рекомендуемой литературой, поскольку лекционный материал, при всей его важности для процесса изучения дисциплины, содержит лишь необходимый минимум информации. Однако высшее образование предполагает более глубокое

знание предмета и не только усвоение информации, но и формирование навыков исследовательской работы.

Работу по конспектированию дополнительной литературы следует выполнять, предварительно изучив планы практических занятий. В этом случае ничего не будет упущено и студенту не придется возвращаться к знакомству с источником повторно и облегчает, в дальнейшем, подготовку к экзамену или зачёту.

Студентам настоятельно рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины:

- изучение конспекта лекции в тот же день после лекции – 10 – 15 минут;
- повторение лекции за день перед следующей лекцией – 10 – 15 минут;
- изучение теоретического материала по рекомендуемой литературе и конспекту – 1 час в неделю;
- подготовка к практическому занятию – 1,5 часа.

Тогда общие затраты времени на освоение курса составят около 3 часа в неделю.

### **Алгоритм изучения дисциплины**

Учебный процесс по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» сводится к последовательному изучению тем во время аудиторных занятий: лекционных и практических. На основе лекционных занятий, студент переходит к выполнению практических. Кроме того, для углубленного изучения определенной темы студентом самостоятельно выполняется задание согласно методических указаний по СРС.

Освоение дисциплины включает несколько составных элементов учебной деятельности:

1. внимательное чтение рабочей программы дисциплины (помогает целостно увидеть структуру изучаемых вопросов);

2. ознакомление с методическими рекомендациями по организации и проведению самостоятельной работе студентов;

3. посещение лекций (обязательное) и их конспектирование;

Освоению лекционного материала способствует предварительная подготовка, включающая чтение предыдущей лекции, работу с экономическими словарями, учебными пособиями и научными материалами.

4. регулярная подготовка к семинарским/практическим занятиям и активная работа на занятиях, включающая:

- повторение материала лекции по теме семинара;
- знакомство с планом занятия и списком основной и дополнительной литературы, с рекомендациями преподавателя по подготовке к занятию;
- изучение сведений по данной теме в разных учебных пособиях и научных материалах;
- чтение первоисточников и предлагаемой дополнительной литературы;
- составление конспекта, текста доклада, при необходимости, плана ответа на основные вопросы семинарского занятия, составление схем;
- посещение консультаций преподавателя с целью выяснения возникших сложных вопросов при подготовке к занятию.

5. подготовка самостоятельным и контрольным работам;

6. самостоятельная проработка тем, не рассматриваемых на лекциях. Написание конспекта по рекомендуемым преподавателем источникам;

7. подготовка к экзамену (в течение семестра), повторение материала всего курса изучаемой дисциплины.

При непосещении студентом лекционных занятий, по уважительной причине, студент самостоятельно изучает данную тему и составляет конспект, при этом баллы за данное занятие не снижаются. При пропуске семинарского/практического занятия – в установленное время консультаций ведущего преподавателя, должен взять индивидуальное задание по



рассматриваемым на занятии вопросам и сдать его на проверку в установленный срок.

Если же причина пропуска занятий не уважительная (документально не подтверждена), то баллы по успеваемости снижаются, согласно политике дисциплины.

В целях уточнения материала, предоставления выполненных заданий по определенной теме студент может посетить часы консультации преподавателя, согласно графику утвержденного на кафедре. По окончании курса студент проходит промежуточный контроль знаний по данной дисциплине в форме экзамена.

Таким образом, при изучении дисциплины следует внимательно слушать и конспектировать материал, излагаемый на аудиторных занятиях.

### **Рекомендации по использованию методов активного обучения**

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Наиболее эффективным при изучении данной дисциплины представляется проведение занятий в виде анализа ситуаций и применение метода кейс-стади.

### **Рекомендации по работе с литературой**

Приступая к изучению данной дисциплины, студенты должны не только ознакомиться с рабочей учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в научной библиотеке ДВФУ, но и

обратиться к рекомендованным электронным учебникам и учебно-методическим пособиям. Учитывая, что работа студентов с литературой, в частности, с первоисточниками, вызывает определенные трудности, методические рекомендации указывают на методы работы с ней.

Следует ознакомиться с планом и рекомендациями преподавателя, данными к практическому занятию. Во-вторых, необходимо проработать конспект лекций, основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях, а также дополнительно использовать интернет-ресурсы. Список обязательной и дополнительной литературы, включающий первоисточники, научные статьи, учебники, учебные пособия, словари, энциклопедии, представлен в рабочей учебной программе данной дисциплины. В-третьих, все прочитанные статьи, первоисточники, указанные в списке основной литературы, следует законспектировать.

– Работая над текстом, следует избегать механического переписывания текста. Важно выделять главные положения, фиксирование которых сопровождается. Вспомогательную информацию при конспектировании не записывают. В конспекте необходимо указывать источник в такой последовательности: 1) автор; 2) название работы; 3) место издания; 4) название издательств; 5) год издания; 6) нумерация страниц (на полях конспекта). Эти данные позволят быстро найти источник, уточнить необходимую информацию при подготовке к опросу, тестированию. к контрольной работе. Усвоению нового материала неоценимую помощь оказывают собственные схемы, рисунки, таблицы, графическое выделение важной мысли. Не следует увлекаться ксерокопированием отдельных страниц статей, книг, содержание которых не всегда полностью соответствует поставленным вопросам и не является отражением интересующих идей.

#### **Рекомендации по подготовке к экзамену**

Подготовка к экзамену и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент

ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины, тогда подготовка к экзамену позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к экзамену лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к экзамену.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» необходимы:

- учебная аудитория с мультимедийным проектором и экраном.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**  
по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы  
международного бизнеса)»

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент**  
**Форма подготовки очная/заочная**

г. Владивосток  
2016

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	Еженедельно в течение семестра	Подготовка к лекциям, корректировка, изучение конспектов лекций;	0,5-1 час	Устный опрос
2.	Еженедельно в течение семестра	Подготовка к практическим занятиям	2 – 4 часа	Доклад, сообщение, выполнение заданий
3.	В течение семестра	Подготовка тезисов доклада для выступления на практическом занятии	0,5-1 час	Доклад, сообщение
4.	В течение семестра	Самостоятельное изучение отдельных тем (вопросов), составление конспекта	4 – 6 часов	Конспект
5.	Два раза в семестр	Подготовка к аудиторной самостоятельной работе	2 – 2,5 часа	Тесты для текущей аттестации по темам дисциплины
6.	В течение семестра	Составление материалов презентаций	1 -1,5 часа	Презентация
7.	В течение семестра	Подготовка к экзамену	36 часов	Экзамен

### Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание конспектов, выполнение практических заданий, подготовку к семинарским занятиям и к промежуточной аттестации – экзамену.

Для самопроверки усвоения теоретического материала, выполнения заданий и подготовки к сдаче экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

## **Рекомендации по работе с литературой**

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;
- для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;
- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);
- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

## **Вопросы для самостоятельной подготовки к практическим занятиям**

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятиям 1-2:**

1. Что включает в себя понятие «международный бизнес»?
2. Зачем изучать международный бизнес?
3. Чем международный бизнес отличается от деловой активности внутри страны?
4. Что заставляет компании становиться участниками международного бизнеса?
5. Назовите основные причины значительного расширения масштабов международного бизнеса в последние 20 лет.
6. Почему некоторые отрасли экономики становятся глобальными, в то время как другие остаются местными или региональными?

7. Какое влияние Интернет оказывает на международный бизнес? Какие компании и страны выиграют от более широкого использования Интернета во всем мире? Какие компании и страны проиграны?

8. Носят ли все аспекты процесса глобализации положительный характер?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятиям 3-4**

1. Что представляет собой интернационализация бизнеса?
2. Какова роль интернационализации в жизненном цикле компании?
3. Каковы факторы интенсивного развития интернационализации бизнеса в последние 20 лет? Приведите примеры.
4. Какие общемировые тенденции способствуют интернационализации бизнеса?
5. Как цели компании связаны с выбором модели и метода интернационализации?
6. Перечислите критерии, на которых может быть основан данный выбор?
7. Позитивные и негативные факторы, влияющие на выбор стратегии.
8. Изучите истории интернационализации бизнеса (минимум 2 крупных компаний), имевшие место в последние 10 лет. С какими сложностями столкнулись данные компании? С чего начался процесс интернационализации? Каковы были первоначальные цели и мотивы?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 5**

1. Перечислите основные формы международных деловых операций.
2. Чем экспорт и импорт товаров отличаются от экспорта и импорта услуг?
3. Что относится к управленческим контрактам? Каков принцип данного вида деятельности?
4. Что понимают под «международным лицензированием»? В чем его плюсы и минусы?



5. Что такое международный франчайзинг? Каковы его преимущества и недостатки.
6. Приведите примеры контрактного производства. Какие варианты наиболее распространены в мире и в РФ?
7. Назовите специализированные способы выхода международных компаний на зарубежные рынки и объясните принципы их действия.
8. В чём заключается принцип сделок строительства «под ключ»? Какие риски присутствуют в данном способе проникновения?
9. Назовите относительные преимущества и недостатки размещения ПИИ за рубежом.
10. Почему экспорт товаров или услуг является самым распространенным способом первоначального проникновения на зарубежные рынки?
11. Какие факторы могли привести к отказу компании от использования экспорта в качестве способа проникновения на новый рынок?
12. При каких условиях стратегия прямых инвестиций в строительство новых предприятий будет наиболее эффективна?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятиям 6-9:**

1. Что такое культура? Перечислите основные характеристики культуры.
2. Охарактеризуйте элементы культуры и приведите примеры их влияния на международный бизнес.
3. Каково влияние религии на бизнес-процессы? Приведите пример, когда именно религиозные правила определяют направление развития бизнеса.
4. Какие существуют способы и средства коммуникации между представителями различных культур?
5. Перечислите существующие основные культурные группы и раскройте их значение для работы международных менеджеров?
6. В чём заключаются основные выводы Г. Хофстеде о различиях в культурных ценностях?
7. Приведите примеры (минимум 4 страны), иллюстрирующие подход Г. Хофстеде.
8. В чём заключается контекстуальный подход при описании и оценке культурных различий?

9. Опишите различия между высококонтекстуальной и низкоконтекстуальной культурой.
10. К какому типу относятся культуры западноевропейских стран?
11. К какому типу относятся культуры Японии, КНР?
12. Что такое культурные группы (кластеры) стран?
13. Что такое индивидуализм и коллективизм? Чем они отличаются друг от друга?
14. Охарактеризуйте суть социальной ответственности в кросс-культурном и международном контексте.

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 10:**

1. Перечислите основные правовые системы, с которыми приходится сталкиваться международным компаниям.
2. Дайте описание пяти типов правовых систем, с которыми приходится иметь дело международным компаниям.
3. Как законы, действующие внутри страны, влияют на способность компании заниматься международным бизнесом?
4. В чём различие системы патентования изобретений по принципу первого изобретателя и первого заявителя?
5. Что может предпринять компания при возникновении противоречий между законодательством страны своего происхождения и принимающей страны, на территории которой она ведёт бизнес?
6. Как можно использовать данных о национальном доходе в процессе принятия бизнес-решений?
7. Каким образом различия между уровнем доходов и характером их распределения в разных странах влияют на международные деловые операции?
8. Что такое политический риск?
9. Перечислите типы политического риска.
10. Каким образом можно снизить влияние политического риска на деятельность иностранных предприятий в стране и международные деловые операции?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 11-12:**

1. Раскройте понятие, сущность экономической интеграции.

2. Перечислите существующие формы интеграции.
3. Дайте краткую характеристику интеграционным процессам в различных регионах мира
4. Каковы причины развития региональной экономической интеграции?
5. Каково влияние торговых блоков, образовавшихся в рамках региональных интеграционных объединений, на развитие международного бизнеса?
6. Охарактеризуйте механизм расширения и последствия экономической интеграции для стран-участниц.
7. Изучите практику участия стран в соглашениях (МОКК, МОНК и другие) о торговле сырьевыми товарами.
8. Какие вопросы регулируют данные организации?
9. Каково их влияние на конъюнктуру мировых товарных рынков?
10. Как сказывается участия страны в международных торгово-экономических организациях на развитие бизнеса с другими странами и на деятельности ТНК?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 13:**

1. Опишите алгоритм оценки потенциальных зарубежных рынков с целью расширения бизнеса.
2. На какие элементы обращают внимание?
3. Зачем проводят оценку альтернативных вариантов?
4. Что представляет собой конкурентный анализ?
5. С какой целью проводят оценку уровня затрат, доходов и рисков?
6. Необходимо ли изучать политические аспекты в принимающей стране?
7. Как культурные различия между страной базирования компании и принимающей экономикой могут повлиять на продвижение компании?
8. Зачем выявлять тенденции, существующие в отрасли, и основные драйверы, влияющие на ее развитие?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 14-15:**

1. На основе информации, содержащейся в выданном индивидуальном задании и на официальном сайте соответствующей компании, определите, какая страна является страной базирования (Задание выполняется мини-группами по 4-6 человек).
2. Имеется ли у компании опыт работы в том регионе, к которому относится потенциальный рынок? Каков этот опыт?
3. На производстве каких товаров/услуг специализируется в данный момент исследуемая компания?
4. С чем предполагает выходить на новый рынок? Какова предполагаемая ёмкость рынка?
5. Есть ли на этом рынке конкуренты? Сколько? Какие? В чём их преимущества?
6. Каковы культурные, экономические, политические и правовые различия двух исследуемых рынков?
7. Что из перечисленных аспектов может усилить/ослабить позиции компании на новом рынке?
8. Что будет способствовать продвижению компании?

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 16:**

1. На основе полученной в ходе подготовки к предыдущему занятию информации, выводов составить и сдать на проверку преподавателю матрицу с анализом страновых различий и результатами PEST – анализа.
2. Подготовьте презентацию, содержащую краткое описание компании, её специализацию и историю развития, оценкой предполагаемых перспектив деятельности компании на новом рынке и сложностей проникновения на него.
3. Подготовьтесь к обсуждению с остальными студентами и ответам на вопросы группы.

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 17:**

1. Дайте краткую характеристику основных традиционных форм ведения бизнеса.
2. Раскройте понятие «специальные экономические зоны».
3. В чём их особенность как формы ведения международного бизнеса?
4. Каковы современные тенденции их развития и распространения?
5. В чём особенности ведение деловой деятельности в офшорных зонах?
6. В чём различие «налоговых гаваней» и офшоров?
7. Что такое стратегические альянсы?
8. Перечислите существующие разновидности стратегических альянсов.

**Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки к занятию 18:**

1. Каковы причины, вовлекающие страны в международную торговлю?
2. Найдите сходства и различия между классическими теориями международной торговли, основанными на различиях между странами.
3. Перечислите мотивы, побуждающие предпринимателей заниматься международной торговлей товарами и услугами?
4. В чём различия между теориями абсолютных преимуществ и сравнительных преимуществ?
5. Почему выводы, полученные В. Леонтьевым, получили статус парадокса?
6. Чем различаются межотраслевая и внутриотраслевая торговля?
7. Как это влияет на развитие международной деятельности бизнеса?
8. Как влияет смена фаз жизненного цикла продукта на международную торговлю?
9. Перечислите, что может рассматриваться в качестве основных источников конкурентных преимуществ, используемых компанией в конкурентной борьбе на международном рынке?
10. Назовите основные элемента теории конкурентных преимуществ стран Майкла Портера.

## **Методические рекомендации по подготовке тезисов доклада (сообщения) для выступления на практическом занятии**

Подготовка доклада позволяет обучающемуся основательно изучить интересующий его вопрос, изложить материал в компактном и доступном виде, привести в текст полемику, приобрести навыки научно-исследовательской работы, устной речи, ведения научной дискуссии. В ходе подготовки доклада могут быть подготовлены презентации, раздаточные материалы.

Доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает сущность исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Различают устный и письменный доклад (по содержанию, близкий к реферату). Выступление с докладом выявляет умение работать с литературой; способность раскрыть сущность поставленной проблемы слушателям, ее актуальность; общую подготовку в рамках дисциплины.

Отличительной чертой доклада является научный стиль речи. Основная цель научного стиля речи – сообщение объективной информации, доказательство истинности научного знания.

Этапы работы над докладом:

- подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 4–10 источников);
- составление библиографии;
- обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений;
- разработка плана доклада;
- написание;
- публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура такого доклада может быть следующей:

- 1) формулировка темы выступления;

2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);

3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);

4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);

5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);

6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;

7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.

При подготовке к докладу (выступлению на занятии по какой-либо проблеме) необходимо самостоятельно подобрать литературу, важно использовать и рекомендуемую литературу, внимательно прочитать ее, обратив внимание на ключевые слова, выписав основные понятия, их определения, характеристики тех или иных явлений культуры. Следует самостоятельно составить план своего выступления, а при необходимости и записать весь текст доклада.

Если конспект будущего выступления оказывается слишком объемным, материала слишком много и сокращение его, казалось бы, невозможно, то необходимо, тренируясь, пересказать в устной форме отобранный материал. Неоценимую помощь в работе над докладом оказывают написанные на отдельных листах бумаги записи краткого плана ответа, а также записи имен,

дат, названий, которыми можно воспользоваться во время выступления. В то же время недопустимым является безотрывное чтение текста доклада, поэтому необходимо к нему тщательно готовиться. В конце выступления обычно подводят итог, делают выводы.

Рекомендуемое время для выступления с докладом на практическом занятии составляет 7-10 минут. Поэтому при подготовке доклада из текста работы отбирается самое главное.

Подготовка сообщения – это вид внеаудиторной самостоятельной работы по подготовке небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами.

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

**Вопросы для самостоятельного изучения (конспектирования) по  
дисциплине «Fundamentals of International Business  
(Основы международного бизнеса)»**

1. Глобальное экономическое сотрудничество на рубеже столетий и роль международных организаций.
2. Принципы ценообразования в международной торговле сырьевыми товарами.
3. Трансфертные цены: понятия, принцип установления, международное регулирование
4. Культурные различия как конкурентное преимущество компании при выходе на новые рынки товаров и услуг.
5. Многосторонние торгово-экономические организации (ВТО, ЮНКТАД, МТП).



6. Роль международных организаций в регулировании мировых валютно-финансовых и кредитных отношений: Международный валютный фонд (МВФ), Всемирный банк (ВБ) и его учреждения – МБРР: МФК, МАР, МИГА.
7. Защита прав интеллектуальной собственности в контексте глобализации.
8. Виртуальный бизнес: риски и преимущества ведения деятельности.
9. Современные тенденции развития виртуального бизнеса.
10. Создание стратегических альянсов как способ укрепления позиций международных компаний на мировом рынке.

### **Вопросы для самоконтроля**

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом усвоения теоретического материала, подготовки и сдаче экзамена.

1. Международный бизнес: понятие, сущность, причины расширения масштабов в последние 20 лет.
2. Какое влияние Интернет оказывает на международный бизнес? Какие компании и страны выиграют от более широкого использования Интернета во всем мире? Какие компании и страны проиграют?
3. Основные стимулирующие факторы (мотивы) и барьеры интернационализации бизнеса.
4. Определение стратегии выхода фирмы на внешний рынок.
5. Критерии выбора модели и метода интернационализации.
6. Дайте описание пяти типов правовых систем, с которыми приходится иметь дело международным компаниям.
7. В чём различие системы патентования изобретений по принципу первого изобретателя и первого заявителя?
8. Каким образом различия между уровнем доходов и характером их распределения в разных странах влияют на международные деловые операции?
9. Экономические показатели, используемые для определения уровня социально-экономического развития стран.

10. Критерии отнесения стран к различным группам. Характеристика макроэкономического развития по группам стран.
11. Характеристика макроэкономических показателей по основным группам стран мирового хозяйства: неравномерность экономического развития
12. Каким образом можно снизить влияние рисков на деятельность иностранных предприятий в стране и международные деловые операции?
13. Перечислите основные характеристики и элементы культуры.
14. Какие существуют способы и средства коммуникации между представителями различных культур?
15. В чём заключаются основные выводы Г. Хофстеде о различиях в культурных ценностях?
16. В чём заключается контекстуальный подход при описании и оценке культурных различий?
17. Охарактеризуйте суть социальной ответственности в кросс-культурном и международном контексте.
18. Глобализация и регионализация: наиболее характерные тенденции второй половины 20-го века
19. Классификация международных корпораций.
20. Основные критерия отнесения компании к ТНК.
21. Положительные и отрицательные последствия деятельности ТНК.
22. Интеграция: понятие, сущность, формы интеграции.
23. Общая характеристика развития интеграционных процессов в различных регионах мира
24. Классические теории международной торговли (меркантилистская теория международной торговли, теория абсолютных преимуществ, теория сравнительных преимуществ, теория соотношения факторов производства Э. Хекшера – Б. Олина)
25. Современные теории торговли, основанные на характеристиках компаний: теория подобия стран Стефана Линдера; теория жизненного цикла продукта Реймонда Вернона, теория конкурентных преимуществ стран Майкла Портера).

26. Международная торговля товарами, услугами, интеллектуальной собственностью: участники, особенности организации и проведения торговых сделок
27. Прямой и косвенный экспорт; причины привлечения посредников.
28. Особенности торговли результатами интеллектуальной собственности в международной деятельности.
29. Условия и ограничения выбора и применения конкретной стратегии корпорациями.
30. Стадии интернационализации деятельности фирмы.
31. Критерии и факторы выбора стратегии интернационализации бизнеса.
32. Основные характеристики международной среды бизнеса, влияющие на выбор принимающей страны.
33. Особенности создания и деятельности предприятий в офшорных зонах.
34. Интернациональная стратегия (international strategy): основной принцип; условия и ограничения использования данной стратегии.
35. Мультинациональная стратегия (multi-domestic strategy): основной принцип; ситуации и отрасли, применение данной стратегии в которых наиболее эффективно.
36. Глобальная (global strategy): основной принцип; условия и ограничения использования данной стратегии; сходство и различие с другими стратегиями.
37. Транснациональная стратегия (transnational strategy): основной принцип; ситуации и отрасли, применение данной стратегии в которых наиболее эффективно.
38. Примеры применения различных стратегий ТНК.
39. Стратегические альянсы: определение; классификация; особенности функционирования; современные тенденции создания альянсов в мире.
40. Виртуальный бизнес: понятие, виды, риски и преимущества ведения деятельности.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине «Fundamentals of International Business  
(Основы международного бизнеса)»

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент**  
**Форма подготовки очная/заочная**

г. Владивосток  
2016

## Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Знает	существующие методы измерения влияния отдельных процессов на экономику стран, развитие торговых отношений, других видов сотрудничества между ними
	Умеет	строить стандартные эконометрические модели, анализировать и интерпретировать полученные результаты
	Владеет	навыками практического использования системы показателей статистического анализа данных, навыками написания аналитических заметок в соответствии с полученным заданием, изложением своего мнения с приведением аргументов и подтверждающих расчётов, подготовкой презентаций и докладов

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций			Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация	
		ПК-4	знает существующие методы измерения влияния отдельных процессов на экономику стран, развитие торговых отношений, других видов сотрудничества между ними	ОУ-3, ПР-1 (Т.3. 1-20)	ОУ-1 (В. 1 - 40)	
			умеет строить стандартные эконометрические модели, анализировать и интерпретировать полученные результаты	ОУ-3, ПР-1 (Т.3. 1-20), ПР-11	ОУ-1 (В. 1 - 40)	

			владеет навыками практического использования системы показателей статистического анализа данных, навыками написания аналитических заметок в соответствии с полученным заданием, изложением своего мнения с приведением аргументов и подтверждающих расчётов, подготовкой презентаций и докладов	ОУ-3, ПР-1 (Т.З. 1-20), ПР-11	ОУ-1 (В. 1 - 40)
--	--	--	---	--	---------------------

**Перечень оценочных средств по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

<b>№ п/п</b>	<b>Код ОС</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Краткая характеристика оценочного средства</b>	<b>Представление оценочного средства в фонде</b>
1.	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам дисциплины
2.	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
3.	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
4.	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий	Темы дисциплины

			основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	
5.	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи, ситуационные задачи.

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	знает (пороговый уровень)	существующие методы измерения влияния отдельных процессов на экономику стран, развитие торговых отношений, других видов сотрудничества между ними	знание о происходящих в мировой экономике процессах, различиях в экономике стран и условиях ведения международного бизнеса, существующих методах оценки влияния отдельных процессов на экономику стран	– способность перечислить основные факторы, оказывающие влияние на ведение международного бизнеса и экономику страны; – способность назвать существующие методы и подходы к оценке влияния отдельных процессов на экономику стран и развитие экономических отношений между ними;
	умеет (продвинутый)	строить стандартные эконометрические модели, анализировать и интерпретировать полученные результаты	умение применять теоретические знания о существующих моделях и понимании их сути	– способность выявить существующие различия в стандартных моделях; – способность выбрать из множества и применить вариант наиболее соответствующий ситуации и заданным параметрам;
	владеет (высокий)	навыками практического использования системы показателей статистического анализа данных, навыками написания аналитических заметок в соответствии с	умение выполнить задание или проанализировать конкретную ситуацию, используя подходящий вариант модели с интерпретацией полученных результатов, с приведением подтверждающих	– способность провести необходимые вычисления, используя выбранную модель; – способность изложить своё мнение с приведением аргументов и подтверждающих расчётов;



		полученным заданием, изложением своего мнения с приведением аргументов и подтверждающих их расчётов, подготовкой презентаций и докладов	аргументов	
--	--	---	------------	--

## **Экзаменационные материалы**

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **Вопросы для собеседования по дисциплине**

#### **«Fundamentals of International Business**

#### **(Основы международного бизнеса)»**

1. Международный бизнес: понятие, сущность, причины расширения масштабов в последние 20 лет.
2. Какое влияние Интернет оказывает на международный бизнес? Какие компании и страны выиграют от более широкого использования Интернета во всем мире? Какие компании и страны проиграют?
3. Основные стимулирующие факторы (мотивы) и барьеры интернационализации бизнеса.
4. Определение стратегии выхода фирмы на внешний рынок.
5. Критерии выбора модели и метода интернационализации.
6. Дайте описание пяти типов правовых систем, с которыми приходится иметь дело международным компаниям.
7. В чём различие системы патентования изобретений по принципу первого изобретателя и первого заявителя?
8. Каким образом различия между уровнем доходов и характером их распределения в разных странах влияют на международные деловые операции?
9. Экономические показатели, используемые для определения уровня социально-экономического развития стран.

10. Критерии отнесения стран к различным группам. Характеристика макроэкономического развития по группам стран.
11. Характеристика макроэкономических показателей по основным группам стран мирового хозяйства: неравномерность экономического развития
12. Каким образом можно снизить влияние рисков на деятельность иностранных предприятий в стране и международные деловые операции?
13. Перечислите основные характеристики и элементы культуры.
14. Какие существуют способы и средства коммуникации между представителями различных культур?
15. В чём заключаются основные выводы Г. Хофстеде о различиях в культурных ценностях?
16. В чём заключается контекстуальный подход при описании и оценке культурных различий?
17. Охарактеризуйте суть социальной ответственности в кросс-культурном и международном контексте.
18. Глобализация и регионализация: наиболее характерные тенденции второй половины 20-го века
19. Классификация международных корпораций.
20. Основные критерия отнесения компании к ТНК.
21. Положительные и отрицательные последствия деятельности ТНК.
22. Интеграция: понятие, сущность, формы интеграции.
23. Общая характеристика развития интеграционных процессов в различных регионах мира
24. Классические теории международной торговли (меркантилистская теория международной торговли, теория абсолютных преимуществ, теория сравнительных преимуществ, теория соотношения факторов производства Э. Хекшера – Б. Олина)
25. Современные теории торговли, основанные на характеристиках компаний: теория подобия стран Стефана Линдера; теория жизненного цикла продукта Реймонда Вернона, теория конкурентных преимуществ стран Майкла Портера).

26. Международная торговля товарами, услугами, интеллектуальной собственностью: участники, особенности организации и проведения торговых сделок
27. Прямой и косвенный экспорт; причины привлечения посредников.
28. Особенности торговли результатами интеллектуальной собственности в международной деятельности.
29. Условия и ограничения выбора и применения конкретной стратегии корпорациями.
30. Стадии интернационализации деятельности фирмы.
31. Критерии и факторы выбора стратегии интернационализации бизнеса.
32. Основные характеристики международной среды бизнеса, влияющие на выбор принимающей страны.
33. Особенности создания и деятельности предприятий в офшорных зонах.
34. Интернациональная стратегия (international strategy): основной принцип; условия и ограничения использования данной стратегии.
35. Мультинациональная стратегия (multi-domestic strategy): основной принцип; ситуации и отрасли, применение данной стратегии в которых наиболее эффективно.
36. Глобальная (global strategy): основной принцип; условия и ограничения использования данной стратегии; сходство и различие с другими стратегиями.
37. Транснациональная стратегия (transnational strategy): основной принцип; ситуации и отрасли, применение данной стратегии в которых наиболее эффективно.
38. Примеры применения различных стратегий ТНК.
39. Стратегические альянсы: определение; классификация; особенности функционирования; современные тенденции создания альянсов в мире.
40. Виртуальный бизнес: понятие, виды, риски и преимущества ведения деятельности.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Fundamentals of International Business  
(Основы международного бизнеса)»**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Оценка экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
86-100	«отлично»	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, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«хорошо»	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.
75-61	«удовлетворительно»	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.
60-0	«неудовлетворительно»	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.

**Оценочные средства для текущей аттестации  
Тестовые задания**

1. Что из перечисленного ниже не относится к формам международного производственного сотрудничества?
- а) франчайзинг;
  - б) подрядное сотрудничество;
  - в) факторинг;
  - г) совместное производство;
  - д) контракты «под ключ».
2. Основным преимуществом и мотивом создания совместных предприятий по сравнению с другими формами организации международного бизнеса является...
- а) высокая зарплата персонала;
  - б) существенный объем продаж;
  - в) низкие зарплаты на производство товаров;
  - г) возможность использования сильных конкурентных преимуществ партнеров (учредителей);
  - д) все приведенное выше.
3. В международной торговле под «невидимым» товаром понимают...
- а) транспортные услуги;
  - б) технологии;
  - в) туристические услуги;
  - г) ноу-хау;
  - д) финансовые услуги.
4. Какой из факторов не используется при оценке культурных различий в соответствии с подходом Г. Хофстеде?
- а) социальная ориентация;
  - б) отношение к власти;
  - в) отношение к неопределённости;
  - г) отношение к религии;
  - д) ориентация на достижение целей;
  - е) временная ориентация.

5. Какие факторы производства рассматриваются в теории международной торговли Хекшера-Олина?

- а) капитал и земля;
- б) капитал и труд;
- в) земля и труд;
- г) предпринимательские ресурсы и знания.

6. Василий Леонтьев доказал, что теория факторов производства Хекшера-Олина не всегда верна, потому что...

а) в экспорте стран могут преобладать товары, в производстве которых у них наблюдается избыток факторов производства.

б) в экспорте стран преобладают трудоемкие товары.

в) в импорте стран могут преобладать товары, в производстве которых у них наблюдается избыток факторов производства.

г) в импорте стран преобладают капиталоемкие товары.

7. ТНК - это...

а) национальные монополии с зарубежными активами, хотя их производственная и торгово-сбытовая деятельность выходит за пределы одного государства;

б) международные корпорации, объединяющие национальные компании ряда государств на производственной и научно-технической основе, торгово-сбытовая деятельность которых выходит за пределы одного государства.

8. Хозяйственное объединение предпринимателей или производителей товаров с целью их сбыта с наличием единой ценовой политики при сохранении юридической и производственной самостоятельности каждого называется...

а) картель; б) концерн; в) синдикат; г) трест.

9. «Клуб миллиардеров» составляют...

а) ТНК, владельцы которых являются миллиардерами;

б) те корпорации, уставный капитал которых равен 1 млрд. долл. США;

в) миллиард крупных компаний со всего мира;

г) корпорации, ежегодный объём продаж которых более 1 млрд. долл. США.

10. Согласно ежегодно составляемому рейтингу, в списке 2000 самых крупных компаний (по версии Forbes) наибольшее число компаний в 5-ке лидеров принадлежит:

а) США; б) странам ЕС; в) Японии; г) Китаю.

11. События, оказывающие воздействие на все иностранные фирмы, осуществляющие деятельность в принимающей стране, без исключения относят к событиям...

а) политического риска

б) макро- (политического, экономического) риска

в) микро- (политического, экономического) риска

г) экономического риска

12. Основой международной экономической интеграции выступают:

а) близкое географическое положение и отраслевая структура экономик стран;

б) торговые отношения стран;

в) экономический потенциал и национальная конкурентоспособность стран;

г) производственные и финансовые ресурсы стран.

13. Общий рынок, как форма экономической интеграции, предполагает...

а) достижение соглашения между странами о проведении единой валютной политики;

б) достижение соглашения между странами о проведении единой экономической политики;

в) обеспечение свободного движения товаров и услуг;

г) установление единого таможенного тарифа в отношении третьих стран.

14. На долю развивающихся стран мира приходится...

- а) около 10% мирового экспорта;
- б) около 20% мирового экспорта;
- в) 40-45% мирового экспорта

15. Развивающиеся страны, в зависимости от уровня их экономического развития, делят на:

- а) НИС, наименее развитые страны;
- б) страны с высоким, средним и низким уровнем дохода на душу населения.

16. Под глобализацией понимается...

- а) создание замкнутого хозяйства в рамках отдельных государств;
- б) ориентация стран на свои внутренние рынки;
- в) создание единого рынка товаров, услуг и капитала;
- г) заключение односторонних и двухсторонних торговых отношений.

***Вопросы и задания с несколькими вариантами ответов***

17. При принятии решения о расширении деятельности ТНК за рубеж и выборе страны или региона учитывают:

- а) рыночные условия;
- б) факторы производства и рабочей силы;
- в) уровень рождаемости;
- г) затраты и квалификация кадров;
- д) восприятие культуры;
- е) экономические и финансовые условия;

18. Отметьте позитивные моменты деятельности ТНК в принимающих странах:

- а) способствует ускорению экономического роста;
- б) восполняют нехватку капитала, в котором нуждаются страны;
- в) устанавливают монопольные цены на продукцию;
- г) внедряют передовые технологии в принимающей стране;
- д) передача опыта в области организации труда;
- е) диктуют свои экономические и политические условия;
- ж) проводят политику «снятия сливок»;
- з) обеспечивают занятость местного населения и повышение квалификации



19. Впишите недостающие сведения: «В целом, на долю ТНК приходится ...% мировой торговли, более 40% мирового производства и ... % производства товаров в развивающихся странах».

20. Впишите пропущенные слова: «Стратегические альянсы могут подразделяться: на ... и ... (в зависимости от статуса участников), а также на ... и ... (в зависимости от количества охватываемых отраслей)».

**Критерии оценки (устный ответ):**

✓ 5 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

✓ 4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе;

✓ 3 балла - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

✓ 2 балла - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

**Вопросы для самостоятельного изучения (конспектирования) по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

1. Глобальное экономическое сотрудничество на рубеже столетий и роль международных организаций.
2. Принципы ценообразования в международной торговле сырьевыми товарами.
3. Трансфертные цены: понятия, принцип установления, международное регулирование
4. Культурные различия как конкурентное преимущество компании при выходе на новые рынки товаров и услуг.
5. Многосторонние торгово-экономические организации (ВТО, ЮНКТАД, МТП).
6. Роль международных организаций в регулировании мировых валютно-финансовых и кредитных отношений: Международный валютный фонд (МВФ), Всемирный банк (ВБ) и его учреждения – МБРР: МФК, МАР, МИГА.
7. Защита прав интеллектуальной собственности в контексте глобализации.
8. Виртуальный бизнес: риски и преимущества ведения деятельности.
9. Современные тенденции развития виртуального бизнеса.
10. Создание стратегических альянсов как способ укрепления позиций международных компаний на мировом рынке.

### **Критерии оценки (письменный ответ):**

- ✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
- ✓ 4 балла - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.
- ✓ 3 балла - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.
- ✓ 2 балла - незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

**Методические рекомендации по применению метода кейс-стади при изучении дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве метода активного обучения целесообразно использовать метод кейс-

стади, представляющий собой анализ и оценку ситуации, которая реально возникла или существует в мире, а также поиск решения, удовлетворяющего заданным условиям или существующим ограничениям.

Работа с предлагаемыми к рассмотрению ситуациями может быть организована по различным схемам. Так, например, для кейсов с выраженной аналитической направленностью представляется наиболее удачным придерживаться следующей схемы. *Первый этап* - индивидуальная работа студентов с текстом конкретной ситуации, его самостоятельное изучение, поиск недостающих данных для принятия решения и его аргументации. Главной задачей является формирование собственного мнения относительно ситуации и разработка варианта действия. *Следующий этап* - обсуждение в малых группах. Учебная группа разделяется на мини-группы (не более 5-7 человек), которым предлагается разработать общий вариант ответа на задание, выявить общие тенденции и закономерности. Задачей данного этапа является выработка общего мнения, подготовка собственных рекомендаций, если это необходимо по условиям задания, подготовка к публичному выступлению и/или к созданию аналитического отчёта, т.е. к оформлению полученных результатов. *Третий этап* – публичное выступление и дискуссия (или возможно, написание аналитического отчёта, записки). На этом этапе слушают доклады от каждой мини-группы, принимаются дополнения от других участников группы, оппоненты задают вопросы, а выступающие отвечают на них, затем разворачивается дискуссия. Задача состоит в расширении понимания вопроса и области исследования, связанных с заданием, выявлении противоречий, возможности нахождения множественных решений или исключение подобной ситуации, в отработке у обучающихся навыков публичного выступления и убеждения, коммуницирования. *Четвёртый этап* - обобщение результатов работы с конкретной ситуацией, подведение итогов, выбор оптимального решения (если это требуется по условиям задания). При этом происходит обобщение

интеллектуальной работы в виде выделения ключевых, проблемных или, наоборот, успешных моментов работы мини-групп и их участников.

Метод кейс-стади способствует развитию у студентов самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументированно высказать свою, формирует интерес и позитивную мотивацию по отношению к учебе. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявлять и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, учатся работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы, овладевают умением практического использования материала.

**Кейс «*Internationalization of Global Companies: A Case Study of Arla Foods*» по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

Arla Foods is an international cooperative based in Viby, Denmark, and the largest producer of dairy products in Scandinavia. The cooperative idea also flourished in other countries and through recent mergers cooperative owners in the UK, the Netherlands, Germany, Belgium and Luxembourg have joined Arla Foods. With production facilities in 11 countries and sales offices in a further 30, Arla is the world's sixth largest dairy company and largest supplier of organic dairy products. Outside Denmark, Sweden, and the United Kingdom, Arla Foods operates numerous subsidiaries, with production facilities in Argentina, Brazil, Poland, and Saudi Arabia and licensed production in Canada and the United States.

Currently, Arla Foods employs some 19 thousand people worldwide and is divided into three main business segments: Arla Europe, Arla International and Arla Foods Ingredients. Arla Europe serves the European market, while Arla International serves other regions around the world. The Arla Foods Ingredients division produces functional milk proteins, which are used in a range of bakery and dairy products, as well as whey-derived bioactive ingredients with uses in infant and sports nutrition and functional foods.

Arla Foods consists of three major strategic brands: Arla, Lurpak, and Castello. The Arla brand as a whole supplies a range of dairy products, including a recently introduced lactose-free range for those with dietary sensitivities, while Lurpak is a butter product and Castello covers various cheese products. As a whole, the global revenue share of Arla Foods when broken down by product group is predominantly made up of fresh milk products and cheese. The company has experienced year on year increases in global net profit, along with rising net profit margins. The amount of milk processed by Arla Foods worldwide has also experienced considerable increases in volume, resulting in the capacity for the company to continue expanding their brand and products globally.

The company was formed as the result of a merger between the Swedish dairy cooperative Arla and the Danish dairy company MD Foods on 17 April 2000. The name "Arla" derives from the same word as the English word "early" and is an archaic Swedish term for "early (in the morning)".

In the 1880s, dairy farmers in Sweden and Denmark formed small cooperatives to invest in common dairy production facilities. The first cooperative dairy was established in Sweden at Stora Arla Gård in Västmanland in 1881 under the name of Arla Mejeriförening, and the first Danish cooperative dairy was established in Hjedding, outside Ølgod, Southern Jutland in 1882.

On 26 April 1915, dairy farmers in Stockholm and adjoining counties created Sweden's largest cooperative dairy organisation, Lantmännens mjölkförsäljningsförening (The Farmers' Milk Retail Association), which operated dairies as well as a chain of shops selling dairy products.

In 1927, the company registered the name Mjölkcentralen (The Milk Central, shortened MC) and from the 1950s a growing number of cooperative dairies in other parts of Sweden began joining MC. In 1975, MC changed its name to Arla, a name previously used not only by Sweden's first cooperative dairy, but also by the largest dairy retailer in Gothenburg between 1909 and 1965.

By the end of the 20th century, Arla had a 65% market share in Sweden.

On 1 October 1970, Mejeriselskabet Danmark (MD) was established by four dairy companies and three individual dairies. In 1988, the company changed name to MD Foods. In 1992, MD Foods and Denmark's second largest dairy company, Kløver Mælk, signed a financially binding co-operation agreement, and in 1999, the two companies merged to become MD Foods, gaining 90% of the Danish milk production.

In April 2000, MD Foods merged with Swedish Arla and formed Arla Foods A.m.b.A with headquarters in Aarhus, Denmark, and became Arla Foods as it is known today.

In June of 2001, Arla Foods published a strategy plan that it hoped to complete in five years. That plan included the closing of 17 dairy farms located in Denmark and the displacement of about 1,000 people.

In 2002, Arla Foods went into a merger with the cooperative Hellevad Omegns Andelsmejeri. Two years after, the company's subsidiary in Canada bought the National Cheese Company Ltd., a Canadian cheese producer and importer.

In 2005, Arla Foods partnered with a Chinese company to produce milk powder for distribution to the Chinese market. For import and distribution on that market, Arla Foods found a joint venture with Mengnui (China's leading dairy company). In addition to its branded product range, Arla produces retailers' own-label branded products.

In 2006, the company continued its expansion by acquiring White Clover Dairy, a United States company that produces specialty dairy products. This acquisition allowed Arla Foods to access the U.S. market. In the same year, Arla also acquired Tholstrup Cheese, a private dairy company. Still in the same year, Arla was able to acquire 30 percent of the shares in the dairy company Ingman Foods. This purchase was completed in January of 2007.

Also in 2007, Arla Foods merged with Express Dairies, a company based in the United Kingdom. This merger led to the formation of Arla Foods UK Plc. The United Kingdom became the group's biggest market, accounting for 33 percent of company sales, followed by Denmark (22 percent) and Sweden (19 percent). Arla's

UK subsidiary (Arla Foods pic, formed a merger with Express Dairies) is that country's largest supplier of liquid milk. In the United Kingdom, Arla Foods has a partnership with Fonterra (a New Zealand dairy company, also cooperative-based) for packaging and distribution of butter and other spreadables that uses Fonterra's Anchor brand.

In 2015, Arla Foods has entered a joint venture with Egypt's leading dairy processor, Juhayna Food Industries, that leaves the European dairy co-operative poised for expansion in a promising emerging market. Expanding via a tie-up with a local company is a smart move from Arla as it works to grow in a market where competition is on the up and M&A valuations are high.

Arla Foods and Egyptian dairy group Juhayna Food Industries have established a joint venture in the African market. Juhayna will control 51% of the new company – called ArJu Food Industries – while Arla will take a 49% stake. The European co-op will, however, be responsible for the daily management of the joint venture. Arla and Juhayna are a good match. The Lurpak and Castello owner brings its production expertise, experience operating in international markets and brand name to the table while Juhayna offers local and regional know-how. Their product portfolios are complementary. Juhayna manufactures UHT-milk, yoghurt and juice and has been growing market share consistently over the past five years. Juhayna also said the JV will seek out expansion opportunities in other Middle Eastern and African markets.

For Arla, feeding its products into Juhayna's distribution network will enable the dairy giant to access a retail market that remains dominated by traditional and informal sales channels.

Arla's move in Egypt is well timed. The country's economy is rebounding after the instability of the Arab Spring and subsequent regime change. Economic growth is feeding through to higher incomes and increased spending power. The Egyptian market is fragmented. According to Euromonitor data, around 20 players were present in the dairy sector in 2014. These include the "significant" multinational presence of the likes of Danone, Nestle and Friesland Campina. By joining forces



with a leading local player – and with plans to set up local production – Arla has found a means to overcome these challenges and put itself on an even footing with multinationals with a more established presence in the country.

While the financial details of the tie-up between Juhayna and Arla have not been spelt out, it is safe to say Arla has also found a more cost-effective means of expanding in the market than afforded by a straight acquisition.

The appeal of the Egyptian market means that there is greater interest among international dairy manufacturers – as well as local and international investment vehicles – to take control of Egyptian dairy operators. This has pushed up valuations, as evidenced by the high price tag recently commanded in the race to buy Egypt's Arab Dairy Company.

Currently, aside from its ongoing international expansion, Arla Foods has become a leader in supplying bacterial cultures and dairy ingredients for use in agricultural and manufacturing companies worldwide. The company is also a leader in supplying cheese and powdered milk products in Europe, Asia, USA and the Middle East.

Both Arla Foods and its predecessor entities faced scrutiny from Swedish competition authorities during the series of mergers that led to the current corporate arrangements. The 1999 merger of MD Foods and Klover Maelk was subject to the following requirements of the Danish Competition contribution to Metro's 40th anniversary celebrations. This decision marked the first time a Danish court concluded that a company abused a dominant position. A later confidential settlement between the two firms was reached, involving a payment from Arla to Hirtshals. Until 2004 Arla Foods charged new dairy supplier-members an entry fee equal to 2 percent of the value of milk to be supplied. Three Danish dairy farmers brought this matter to the Danish court, alleging abuse of a dominant position. In August 2002 the Danish Competition Authority ruled that Aria Foods had abused its dominant position in procurement of Danish cows' milk, on the grounds that the fee exceeded fair compensation to Aria for the costs of admission. In November 2003 the Danish Competition Appeals Tribunal overturned the decision, finding

that it had not contained sufficient description and analysis of the salient facts. Furthermore, the Appeals Tribunal stated that a high fee alone does not constitute evidence of abuse of a dominant position. The farmers took the case to the Danish High Court, which dismissed it in September 2006. In 2004 the Danish Competition Authority concluded that the series of mergers between, first, Klover Maalk and MD Foods, and later MD Foods and Aria, had led to higher Danish milk prices than would otherwise have prevailed. The authority stated that under the current legal regime the mergers would probably not have been permitted. Further concerns have arisen over Arla's market power as a supplier to retailers and as a distributor of other firms' products to retailers, but in several instances Arla was found not to have abused its dominant position, particularly with regard to pricing and marketing support in dealing with retailers.

The important milestone was the opening of our global Innovation Centre in Aarhus, Denmark, employing 150 experts from around the world. This is now the central hub for innovation in Arla and will be for many years to come. Not only developing new products, innovation is also about creating packaging and technologies to ease transport of fresh milk and dairy products across continents, and exploring new sales channels.

Farmer-owned Arla Foods is to build a groundbreaking innovation center in Nr. Vium, Denmark to unleash the wonders of whey. Part of Arla Foods Ingredients, the new center will be home to leading scientists and innovators who will discover and deliver new ways of using milk and whey to serve the needs of the world's growing population. With the EUR 36.3 million investment, Arla is now creating a hub for research and development innovation within whey and milk based ingredients. The investment in the innovation centre, which is expected to open in 2021, was recently approved by Arla Foods' Board of Directors, supporting the company's strategic focus on innovation.

Construction is expected to begin in the fall of 2019, and the center is expected to open in 2021. It will be a 9,000 square meters state-of-the-art facility with open office spaces, labs and a pilot plant.

The Arla brand is our most widespread global brand with over 50 sub-brands in its broad portfolio. Arla branded products are sold in more than 80 countries, including Northern Europe, China and more recently the US and the Middle East - it ranks as the fastest growing FMCG brand in many countries.

***Task and questions (Вопросы и задания):***

1. What modes did Arla use to enter foreign markets? Name them.  
Какие способы использовала компания Арла для выхода на новые рынки? Назовите их.
2. Name all reasons because of that Arla applied that entry mode.  
Назовите все причины, по которым Арла использовала именно эти способы.
3. How can you characterize the current situation in regional Arla's business?  
Как Вы можете охарактеризовать текущую ситуацию ведения бизнеса компанией в регионах?
4. What is the key tendency of development in each region now? Prepare a short story.  
Какова главная тенденция развития бизнеса компании в каждом из регионов? Подготовьте небольшой рассказ.
5. Does company have any difficulties? Есть ли у компании какие-либо сложности с ведением бизнеса?

**Кейс «Экономический бум в Бангалоре» по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

Самая быстроразвивающаяся отрасль экономики в Индии – это, безусловно, индустрия программного обеспечения. Компании по разработке программного обеспечения служат ярким примером успеха экономических реформ в Индии, а также преимуществ открытия возможностей для свободного предпринимательства в этой стране. На протяжении десятилетий индийские университеты заканчивали тысячи хорошо подготовленных инженеров, однако в условиях ориентации экономики на внутренний рынок

способности этих специалистов использовались далеко не всегда. Тем не менее в 1991 г. правительство Индии ослабило контроль над экономикой. В частности, были сокращены торговые ограничения, открыты пути для прямых иностранных инвестиций, а также проведены реформы в финансовом секторе страны. Экономические реформы правительства в сочетании с расширением Интернета сделали индустрию программного обеспечения Индии мощным фактором развития экономики страны.

Начало индийским экономическим реформам было положено в 1991 г.; по оценкам специалистов, с тех пор темпы роста этой отрасли экономики составляют 50% ежегодно. Программное обеспечение быстро становится основной статьей экспорта Индии. В 2002 г. доля программного обеспечения в общем объеме доходов от экспорта составила 7 млрд. долл. США. Отрасль программного обеспечения активно привлекает прямые иностранные инвестиции; в 1999 г. в предприятия этой отрасли было вложено 300 млн. долл. США иностранного венчурного капитала, в два раза больше, чем в 1998 г.

Центром индустрии программного обеспечения в Индии является Бангалор. В Бомбее, Нью-Дели и Хайдерабаде также расположено большое количество компаний, занимающихся Программным обеспечением и информационными технологиями. В Бангалоре находятся компании *Wipro Ltd.* и *Infosys Technologies Ltd.*, занимающие второе и третье место в Индии по рыночной капитализации. Обе компании задействовали большой сегмент высококвалифицированных индийских работников, владеющих английским языком.

Компании *Wipro Ltd.* и *Infosys Technologies Ltd.* занимают разные ниши на рынке; обе компании уделяют особое внимание качеству своей продукции, а также необходимости глобального подхода к ведению бизнеса. Например, продукция обеих компаний признана высококачественной в соответствии с программой сертификации, которая выполняется в рамках Института по разработке программного обеспечения (Software Engineering Institute) и

финансируется Министерством обороны США. В компании *Infosys* впервые в Индии было применено на практике поощрение служащих продажей акций, имевшее своей целью обеспечить лояльность специалистов и их приверженность делам компании. Кроме того, *Infosys* была первой индийской компанией, которая зарегистрировала свои акции на фондовой бирже США. Состояние приблизительно трети из 4000 работников компании на данный момент достигает миллионов рупий, и более 100 специалистов стали долларовыми миллионерами – неслыханные показатели накопления богатства для развивающейся страны. Наблюдая за успехами своего основного конкурента, компания *Wipro* также начала реализацию программы поощрения своих работников продажей акций.

Однако не все так безоблачно, как кажется на первый взгляд. Стремительное развитие индийской индустрии программного обеспечения стало возможно благодаря выгодной стоимости рабочей силы: в США труд программистов оплачивается почти в три раза дороже, чем в Индии. С другой стороны, заработная плата индийских программистов ежегодно возрастает на 25-30%, что объясняется повышенным спросом на их способности. Это означает, что преимущества Индии в плане затрат на рабочую силу будут постепенно уменьшаться. Кроме того, во многих регионах страны инфраструктура систем связи, так же как и электросеть, чрезвычайно перегружена. Находчивые руководители компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения, приобретают переносные генераторы, чтобы их специалисты могли продолжать работу в случае снижения напряжения в электросети. Однако это — только временный выход. Руководство индийских компаний пытается лоббировать в правительстве страны необходимость дальнейшего сокращения вмешательства государства в экономику, продолжения процесса приватизации, а также поощрения прямых иностранных инвестиций в инфраструктуру страны, что позволит индийской индустрии программного обеспечения увеличить свои

возможности в плане соперничества со своими конкурентами из стран Азии, Европы и Северной Америки.

Еще более трудноразрешимой является проблема «утечки мозгов» из страны. По оценкам некоторых специалистов, около 100 000 инженеров, выпускаемых индийскими университетами и техническими институтами, ежегодно эмигрируют в США. Как утверждают эксперты правительства Индии, только очень немногие (менее 1%) из этих талантливых специалистов возвращаются в родную страну. Поскольку Соединенные Штаты Америки и страны Европы планируют ослабить ограничения на иммиграцию квалифицированных специалистов из других стран мира, существует вероятность того, что такая массовая утечка драгоценного человеческого капитала еще больше усилится, ухудшая перспективы дальнейшего развития Индии.

**Вопросы:**

1. Почему Индии удалось создать преуспевающую индустрию программного обеспечения?
  2. Каковы преимущества страны на рынке программных средств?
  3. Каковы слабые стороны страны на этом рынке?
  4. Каким может быть влияние дальнейшего развития индустрии программного обеспечения на экономику страны?
  5. Насколько важным для Индии является сдерживание потока квалифицированных инженеров в такие страны, как Канада, Соединенные Штаты Америки и страны Европейского Союза?
  6. Следует ли индийскому правительству предпринять попытку ограничить «утечку мозгов»? Если да, каким способом это следует сделать?
- [Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд./Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. – СПб.: Питер, 2006. — 1088 с.]

**Критерии оценки:**

- ✓ 5 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия

темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

✓ 4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе;

✓ 3 балла - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

✓ 2 балла - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

## **Методические рекомендации по применению метода ситуационного анализа при изучении дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве методов активного обучения целесообразно использовать методы ситуационного обучения, представляющие собой описание ситуации, которая реально возникала или существует в мире.

Реализация такого типа обучения по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» осуществляется через использование ситуационных заданий, которые можно определить как методы имитации принятия решений в различных ситуациях путем проигрывания вариантов по заданным условиям.

Ситуационные задания предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на предприятиях, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Выполнение ситуационных заданий студентам предлагается в завершении изучения определенной учебной темы, а знания, полученные на лекциях, должны стать основой для выполнения этих заданий. Из этого следует, что студент должен владеть достаточным уровнем знания теоретического материала.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять в соответствии с действующими ограничениями и условиями.

Таким образом, решение ситуационных задач призвано вырабатывать следующие умения и навыки у студентов:

– работать с увеличивающимся и постоянно обновляющимся потоком информации в области товароведения и оценки качества товаров, связанного



- с изменяющейся рыночной ситуацией и применением законодательной базы;
- высказывать и отстаивать свою точку зрения четкой, уверенной и грамотной речью;
  - вырабатывать собственное мнение на основе осмысления теоретических знаний и проведения экспериментальных исследований;
  - самостоятельно принимать решения.

Технология выполнения ситуационных заданий включает в себя организацию самостоятельной работы обучающихся с консультационной поддержкой преподавателя. На этапе ознакомления с заданием студент самостоятельно оценивает ситуацию, изложенную в тексте, исследует теоретический материал, устанавливает ключевые факторы и проводит анализ проблем, изложенных в условии задачи, при необходимости, собирает и анализирует дополнительный статистический материал. По окончании самостоятельного анализа студент должен ответить на вопросы, выполнить задания и письменно изложить основные полученные результаты и выводы.

### **Примеры ситуаций по дисциплине «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)»**

#### ***Ситуация 1. The Rise (and Fall) of Finland's Nokia***

The wireless phone market is one of the great growth stories of the past 20 years. Starting from a low base in 1990, annual global sales of wireless phones surged to reach about 1.3 billion units in 2010. By the end of 2010, the number of wireless subscriber accounts worldwide was some 4.5 billion, up from less than 10 million in 1990. Nokia is one of the dominant players in the world market for mobile phones with around a 37 percent share of the market in 2010. Nokia's roots are in Finland, not normally a country that comes to mind when one talks about leading-edge technology companies. In the 1980s, Nokia was a rambling Finnish conglomerate with activities that embraced tire manufacturing, paper production, consumer electronics, and telecommunications equipment. By the early 2000s it had transformed itself into a focused telecommunications equipment manufacturer with a global reach. How did this former conglomerate emerge to take a global

leadership position in wireless telecommunications equipment? Much of the answer lies in the history, geography, and political economy of Finland and its Nordic neighbors.

In 1981 the Nordic nations cooperated to create the world's first international wireless telephone network. They had good reason to become pioneers: It cost far too much to lay a traditional wire line telephone service in those sparsely populated and inhospitably cold countries. The same features made telecommunications all the more valuable: People driving through the Arctic winter and owners of remote northern houses needed a telephone to summon help if things went wrong. As a result, Sweden, Norway, and Finland became the first nations in the world to take wireless telecommunications seriously. They found, for example, that although it cost up to \$800 per subscriber to bring a traditional wire line service to remote locations, the same locations could be linked by wireless cellular for only \$500 per person. As a consequence, 12 percent of people in Scandinavia owned cellular phones by 1994, compared with less than 6 percent in the United States, the world's second most developed market. This lead continued over the next decade. By 2008, 90 percent of the population in Finland owned a wireless phone, compared with 70 percent in the United States.

Nokia, a long-time telecommunications equipment supplier, was well positioned to take advantage of this development from the start, but other forces were also at work to help Nokia develop its competitive edge. Unlike virtually every other developed nation, Finland has never had a national telephone monopoly. Instead, the country's telephone services have long been provided by about 50 autonomous local telephone companies whose elected boards set prices by referendum (which naturally means low prices). This army of independent and costconscious telephone service providers prevented Nokia from taking anything for granted in its home country. With typical Finnish pragmatism, its customers were willing to buy from the lowest-cost supplier, whether that was Nokia, Ericsson, Motorola, or some other company. This situation contrasted sharply with that prevailing in most developed nations until the late 1980s and early 1990s,

where domestic telephone monopolies typically purchased equipment from a dominant local supplier or made it themselves. Nokia responded to this competitive pressure by doing everything possible to drive down its manufacturing costs while staying at the leading edge of wireless technology. This all enabled Nokia to emerge as a leader in digital wireless technology.

However, there are now problems on the horizon for Nokia. In the past few years it has lost leadership in the lucrative market for smartphones to companies such as Apple and Blackberry. While Nokia's market share is still strong, its margins are being compressed. For too long the company clung to the idea that handsets were mainly about calling people and failed to notice that webbased applications were driving demand for products such as the iPhone. Why did the onetime technology leader make this mistake? According to some critics, Nokia was too isolated from web-based companies and other consumer electronics enterprises, whereas Apple, being based in California's Silicon Valley, was surrounded by them. This meant that unlike Apple (and Google, whose Android operating system powers many smartphones), Nokia wasn't exposed to the mix of innovative ideas swirling around Silicon Valley. Location, initially a Nokia advantage, had now become a disadvantage. [Hill, Charles W. L. International business: competing in the global marketplace/Charles W. L. Hill. – 9th ed. – NY.: McGraw-Hill/Irwin, 2013 – 748 p.]

***Tasks and questions (Вопросы и задания):***

1. How do you think, why Nokia crashed with such situation?  
Как Вы думаете, почему Нокиа столкнулась с подобной ситуацией?
2. Was there any other solution for that case? Try to formulate alternative one. Prove your idea by using the text and other publications about this company.  
Было ли возможным другое решение в данном случае? Сформулируйте альтернативный вариант. Подтвердите предложенную идею, используя информацию в тексте и другие публикации о компании.
3. Visit official website of Nokia. Find information about current situation and key direction of running business. Prepare short story.

Посетите официальный сайт компании. Найдите информацию о текущей ситуации в компании и основном направлении бизнеса на данный момент. Подготовьте небольшое сообщение.

*Ситуация 2. Resteaze* — крупный производитель обычных матрасов, пружинных матрасов и кроватей с водяными матрасами. Эта открытая акционерная компания занимает одно из первых мест на рынке постельных принадлежностей в США. В состав компании входит 15 предприятий, на которых занято 10 000 работников; в прошлом году компания получила 20 млн. долл. США прибыли, а ее объем продаж составил 380 млн. долл. США. Продукция компании *Resteaze* продается через универмаги, мебельные магазины и специализированные магазины и имеет репутацию продукции высокого качества, продаваемой по средним ценам.

Исполнительный комитет составляет планы проникновения на европейский рынок постельных принадлежностей. К сожалению, на данный момент компания не обладает достаточной информацией о европейском рынке и опытом работы на нём, поэтому рассматривает возможность совместного ведения бизнеса с каким-либо партнером. Члены комитета предварительно отобрали три компании, с которыми можно было бы сотрудничать.

Одна из кандидатур — компания *Bedrest*, французская компания, которая также занимается выпуском постельных принадлежностей. К сожалению, продукция этой компании пользуется плохой репутацией в Европе, а свои продажи компания генерирует за счет очень низких цен на товары. Тем не менее у этой компании есть возможности для расширения деятельности в Восточной Европе. Консультант, который порекомендовал компанию *Bedrest*, считает, что высококачественные товары компании *Resteaze* и более дешевые товары *Bedrest* будут хорошо дополнять друг друга. Известно, что у компании *Bedrest* возникли определенные финансовые трудности из-за снижения объема продаж. Однако, по мнению консультанта, руководство компании в

недалеком будущем изменит ситуацию к лучшему.

Вторая кандидатура — компания *Home Furnishings, Inc.*, немецкая компания, которая выпускает высококачественную мебель. Ее линия мебели для спален (прикроватные тумбы, туалетные столики, комоды и т. д.) пользуется большой популярностью в Европе. Известно также, что компания заинтересована в проникновении на американский рынок мебели. *Home Furnishings* — это частная компания, финансовое положение которой считается достаточно устойчивым. Тем не менее, высокие цены на продукцию помешают этой компании успешно конкурировать на рынке Восточной Европы.

Наконец, третья кандидатура — *Pacific Enterprise, Inc.*, громадный японский конгломерат, который в настоящее время пытается выйти на европейский рынок. Эта компания пока не имеет действующих предприятий на территории Европы, но обладает большими финансовыми резервами, с их помощью можно реализовать любой проект, на который обратит внимание руководство компании. Основные продуктовые линии, которыми занимается компания, — это металлорежущие станки, запасные части для автомобилей, коммуникационное оборудование и бытовая электроника.

### **Задание:**

1. Оцените относительные преимущества и недостатки каждого из этих потенциальных партнеров компании *Resteaze*. Европейский рынок очень важен и вы стремитесь обеспечить наибольшие шансы для успеха.

7. 2. После оценки каждой кандидатуры составьте их рейтинг по степени относительной привлекательности для вашей компании. [Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд./Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. – СПб.: Питер, 2006. — 1088 с.]

### **Критерии оценки:**

– 5 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия

темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– 4 балла – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе;

– 3 балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– 2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины «Fundamentals of International**

## **Business (Основы международного бизнеса)»**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (устный опрос, решение задач, выполнение заданий) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (собеседование, устный опрос, дискуссия);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (выполнение заданий, кейсов, решение задач);
- результаты самостоятельной работы (написание конспектов, решение задач и выполнение заданий).

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине «Мировая экономика и международные экономические отношения» предусмотрен экзамен в виде тестирования.

**Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства.** В результате посещения лекций, семинаров и практических занятий студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к экзамену, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. Критерии оценки студента на зачете представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей

аттестации – контрольная проверка знаний представлены в структурном элементе ФОС V.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Fundamentals of International Business  
(Основы международного бизнеса)»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«отлично»	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, правильно обосновывает решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«хорошо»	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.
75-61	«удовлетворительно»	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.
60-0	«неудовлетворительно»	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.