

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.09.2025 17:59:23
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffda443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	Международный бизнес
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Общий и функциональный менеджмент
Форма обучения	очно-заочная
Разработчик	Черкашов Е.М. доцент кафедры менеджмента и бизнеса

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися

Отсутствуют

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
1	Сущность, цели, виды и внешняя среда международного бизнеса	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к зачету			6
2	Международная конкуренция и международное предпринимательство	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	5
		Подготовка к зачету			5
3	Выбор фирмой стран, рынков, способов интернационализации бизнеса и партнеров	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	17
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к зачету			3
4	Международные контракты, базисные условия поставок, расчеты, гарантии и таможенные режимы	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	17
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	4
		Подготовка к зачету			4
5	Валютно-финансовая среда и источники финансирования международного бизнеса	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	14
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к зачету			3
6	Международная торговля товарами, услугами, контрактные и инвестиционные	Подготовка презентации	Презентация	5	17
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование по подготовленным	-	4

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
	модели ведения международного бизнеса	Подготовка к зачету	м презентациям		4
	Итого:			20	112

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Проектное задание – предметно-познавательное и практико-ориентированное задание, направленное на поиск необходимой информации, усвоение и переработку изученного материала в рамках решения определенных проектных задач.

Структура и содержание проектного задания определяются преподавателем в соответствии с конкретными темами дисциплины, включает в себя несколько взаимосвязанных разделов, информационно-аналитическая работа в рамках которых носит последовательный характер и осуществляется индивидуально или в группах (до 3 чел.).

Оформление проектного задания: индивидуальная или командная презентация, состоящая из 3-х разделов с активными ссылками на источники информации

Презентация - определенное информационное послание установленного формата с оригинальным графическим решением, выражающее индивидуальные/ групповые впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу.

Структура и содержание презентации определяются результатами поэтапной проектной деятельности, реализованной индивидуально и в группах (до 3 чел.) при выполнении разделов проектного задания.

Оформление презентации: 20-25 слайдов, размер шрифта не менее 25, визуальное решение на усмотрение обучающегося.

Критерии оценивания:

- структура, содержание и оформление презентации соответствуют указанным требованиям;
- соблюдены сроки выполнения (в соответствии с установленным графиком).

Собеседование – гибкая процедура контроля освоения дисциплины в формате обсуждения ее теоретических и прикладных аспектов, реализуемая в рамках практических занятий по конкретным вопросам тем курса, разделам проектного задания и презентаций.

Подготовка к собеседованию предполагает повторение теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, закрепление приобретенных знаний, навыков и умений (презентация преподавателя, опорные тематические конспекты обучающегося, практические задания и ситуации для анализа).

Критерии оценивания:

- ответы обучающегося на вопросы преподавателя раскрывают конкретную тему, корректны и аргументированы;
- обучающийся способен охарактеризовать взаимосвязь теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, привести практический пример и/ или выполнить практическое задание, проанализировать практическую ситуацию.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Итогом курса Международный бизнес является подготовка и защита презентаций группового проекта «Стратегия выхода предприятия на зарубежные рынки»

Студенты, опираясь на полученные знания и навыки, используя самостоятельно аналитические и статистические материалы, как на русском, так и на иностранном языке, на примере выбранной ими страны:

- пишут и оформляют проект по теме « Стратегия выхода предприятия на зарубежные рынки»;
- готовят презентацию ;
- выступают с презентациями (продолжительность: 10 минут), используя мультимедийную технику, на защите своих работ перед группой. Итоговая оценка каждого студента складывается из оценки подготовленной презентации; устного выступления с презентацией; ответов на вопросы в процессе обсуждения презентации.

Порядок выполнения студентом(студентами) проекта следующий:

1. Выберите одно российское предприятие и одну производимую им товарную группу (оказываемую услугу).

2. Выберите потенциально привлекательную страну для организации бизнеса рассматриваемым предприятием из актуального списка дружественных для России стран.

3. Подготовьте презентацию в формате Power Point по следующей структуре:

1. Портрет компании

1.1. Описание этапов развития компании (от момента создания до момента выхода на зарубежные рынки, включая расширение/ изменение линейки продукции).

1.2. Цели и задачи выхода компании на зарубежные рынки.

1.3. Характеристика производимого компанией товара/ услуги (свойства продукта, особенности хранения и транспортировки товара, требования и ограничения по вывозу товара из РФ/ оказанию услуги вне РФ)

1.4. Оценка степени готовности предприятия к выходу на зарубежные рынки (анализ достаточности кадровых, производственных, финансовых и прочих необходимых для интернационализации деятельности ресурсов)

2. Характеристика внешней среды принимающей страны

2.1. Анализ географической среды ведения бизнеса в рассматриваемой странах

2.2. Социально-экономическое состояние страны (геополитическое положение, основные торговые партнеры, экономическое развитие, уровень жизни населения – с позиции целевого рынка и целесообразности выхода на него).

2.3. Нормативно-правовая среда и государственное регулирование внешнеэкономической и инвестиционной деятельности (включая особенности взаимоотношений с РФ (соглашения, союзы, взаимные преференции), возможные барьеры по ввозу продукции в принимающую страну (тарифные и нетарифные)).

2.4. Условия ведения бизнеса и культурная среда в принимающей стране (культурные и национальные традиции ведения бизнеса с партнерами из рассматриваемой стране, каких ошибок стоит избегать)

2.5. Основные группы потребителей продукции и их характерные черты

3. Выбор компанией принимающей страны и стратегии интернационализации бизнеса

3.1. Обоснование выбора принимающей страны в целях интернационализации бизнеса компании (анализ выталкивающих и втягивающих факторов)

3.2. Выбор способов входа и закрепления на рынке принимающей страны (анализ возможных вариантов и выбор оптимальной стратегии выхода на рынок выбранной страны с учетом внутренних и внешних факторов)

3.3. Рекомендации по экспорту рассматриваемого продукта/ услуги в выбранную страну (рекомендации по транспортной логистике, по продвижению и позиционированию

продукта, включая список рекомендуемых международных выставок, контакты торговых представительств и посольств, список потенциальных потребителей, особенности рекламы)

3.4. Рекомендации по ведению бизнеса с партнерами в выбранной стране (возможные формы международного инвестиционного, производственного и/или научно-технического сотрудничества и/или присутствия в выбранной стране)