

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: **АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**
ФИО: Узунов Федор Владимирович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.10.2024
Уникальный программный ключ:
fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd603f94388008e29877a6bcbf5

«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ



Проректор по учебно-методической работе
С.С. Скараник
«01» сентября 2020 г.

Рабочая программа дисциплины

Международный менеджмент

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника
Бакалавр

Для всех форм обучения

Симферополь 2020 г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины*	18
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	19
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	19
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	19

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Международный менеджмент», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавариата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4	Умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты и субъекты финансового менеджмента; – методологию оценки инвестиционных решений и стоимости компании. - принципы, порядок, законодательно-нормативную базу органов государственного регулирования; принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; - основные концепции и методы анализа рыночных и специфических рисков, сферу их применения - принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области.
ПК-9	Способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять основные инструменты финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, капитала и денежных потоков; – оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компании. - анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента, государственного и муниципального управления – ориентироваться в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач
ПК-12	Умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие	<p>делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологией принятия решений в управлении финансами компании;

	<p>организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	<p>– приемами и способами оценки инвестиционных решений с позиции обеспечения роста капитала компании</p> <p>– навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования; методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений</p> <p>– методами разработки и реализации маркетинговых программ.</p> <p>– навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов</p>
--	---	---

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Международный менеджмент» относится к вариативной части (Б.1.В.20) учебного плана ОПОП 38.03.02 Менеджмент.

Изучение дисциплины опирается на знания таких дисциплин как «Экономическая теория», «Политология», «Деловые коммуникации» и др.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часа.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	58
Аудиторная работа (всего):	54
Лекции	26
Семинары, практические занятия	28
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	50
Зачет	4

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	16
Аудиторная работа (всего):	12
Лекции	6
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	92
Зачет	4

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

4.1. Разделы дисциплины и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование темы	Всего		Количество часов					
				Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Семинары		Самост. работа	
ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО		
1	Организация торговли на международных рынках	18	22	4	2	4	2	10	18
2	Организационно-правовые формы международного бизнеса	20	20	4	1	6	1	10	18
3	Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе	22	20	6	1	6	1	10	18
4	Стратегическое планирование в международной фирме	22	21	6	1	6	1	10	19
5	Финансирование внешней торговли	22	21	6	1	6	1	10	19
	Всего по дисциплине	104	104	26	6	28	6	50	92
	Зачет	4	4						
	Итого	108	108	26	6	28	6	54	96

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам

Тема 1. Организация торговли на международных рынках

Понятие внешнеэкономической деятельности. Субъекты внешнеэкономической деятельности.

Внешнеторговые операции и международные торговые сделки. Основные и обеспечивающие операции. Экспортно-импортные операции – основные понятия.

Особенности внешней торговли сырьевой продукцией. Международная биржевая и аукционная торговля.

Организация торговли готовой продукцией. Особенности внешней торговли машинами и оборудованием. Лизинг.

Международная торговля научно-техническими знаниями. Торговля лицензиями и ноу-хау. Инжиниринг. Франчайзинг.

Международная встречная торговля: бартерные операции, контрзакупки, компенсационные соглашения, выкуп продукции, бывшей в употреблении.

Международный туризм.

Тема 2. Организационно-правовые формы международного бизнеса

Система организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в России и за рубежом. Общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества. Совместные предприятия. Транснациональные корпорации.

Тема 3. Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе

Основные формы корпоративной интеграции в международном бизнесе. Цели международной интеграции. Формы многонациональных компаний. Холдинговая форма организации МНК. Интегрированные банковские структуры. Формы международных стратегических альянсов. Механизм организации МСА

Тема 4. Стратегическое планирование в международной фирме

Стратегические решения по международной деятельности. Процедуры стратегического планирования в международной фирме. Организация стратегического планирования в международной фирме. Предпосылки формирования стратегии МНК. Формирование маркетинговой стратегии. Практика разработки и реализации стратегических планов МНК

Тема 5. Финансирование внешней торговли

Финансирование экспорта задачи и формы финансирования экспорта. Нетрадиционные методы финансирования встречные сделки. Факторинг и форфейтинг факторинговые операции. Государственное страхование экспорта. Способы финансирования импорта

4.3. Темы практических занятий

Наименование темы	Наименование практического занятия	Количество часов
Организация торговли на международных рынках	Международный менеджмент многонациональных компаний	4
Организационно-правовые формы международного бизнеса	Организационно-правовые формы международного бизнеса	6
Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе	Основные формы корпоративной интеграции в международном бизнесе	6
Стратегическое планирование в международной фирме	Стратегические решения по международной деятельности	6
Финансирование внешней торговли	Финансирование экспорта задачи и формы финансирования экспорт	6
Итого		28

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема (разделы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Организация торговли на международных рынках	10	18	Учебно-методическое пособие
2	Организационно-правовые формы международного бизнеса	10	18	Учебно-методическое пособие
3	Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе	10	18	Учебно-методическое пособие
4	Стратегическое планирование в международной фирме	10	19	Учебно-методическое пособие
5	Финансирование внешней торговли	10	19	Учебно-методическое пособие

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ПК-4

Умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
– основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты и	– применять основные инструменты финансового менеджмента для	– технологией принятия решений в управлении финансами компании;

субъекты финансового менеджмента; – методологию оценки инвестиционных решений и стоимости компании. 6.2.1. (1-10), 6.2.2. (1-8) 6.2.3(9-19)	стоимостной оценки активов, капитала и денежных потоков; – оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компании. 6.2.1. (2-9), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(1-7)	– приемами и способами оценки инвестиционных решений с позиции обеспечения роста капитала компании 6.2.1. (10-14), 6.2.2. (9-15) 6.2.3(7-14)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (1-10), 6.2.2. (1-8) 6.2.3(9-19)		
Умеет, если выполнил 6.2.1. (2-9), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(1-7)		
Владеет, если выполнил 6.2.1. (10-14), 6.2.2. (9-15) 6.2.3(7-14)		

Компетенция ПК-9

Способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
принципы, порядок, законодательно-нормативную базу органов государственного регулирования; принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; основные концепции и методы анализа рыночных и специфических рисков, сферу их применения 6.2.1. (14-21), 6.2.2. (14) 6.2.3(14-20)	анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента, государственного и муниципального управления 6.2.1. (1,5,9), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(1-5)	навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования; методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений 6.2.1. (9,19,23), 6.2.2. (12-15) 6.2.3(11-19)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (14-21), 6.2.2. (14) 6.2.3(14-20)		
Умеет, если выполнил 6.2.1. (1,5,9), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(1-5)		
Владеет, если выполнил 6.2.1. (9,19,23), 6.2.2. (12-15) 6.2.3(11-19)		

Компетенция ПК-12

Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности	– ориентируясь в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных,	– методами разработки и реализации маркетинговых программ. – навыками проведения переговоров с

в этой области. 6.2.1.(21-30), 6.2.2(12-15), 6.2.3(10-15)	необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании 6.2.1.(10-20), 6.2.2(11-15), 6.2.3(5-15)	экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов. 6.2.1.(1,5,9,18), 6.2.2(2-7), 6.2.3(18-20)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1.(21-30), 6.2.2(12-15), 6.2.3(10-15) Умеет, если выполнил 6.2.1.(10-20), 6.2.2(11-15), 6.2.3(5-15) Владеет, если выполнил 6.2.1.(1,5,9,18), 6.2.2(2-7), 6.2.3(18-20)		

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Зачет

а) типовые вопросы

1. Понятие и субъекты внешнеэкономической деятельности.
2. Понятие международной торговой сделки. Характеристика международных торговых сделок. Основные и обеспечивающие операции.
3. Особенности внешней торговли сырьевой продукцией. Международная биржевая и аукционная торговля. Международные товарные соглашения.
4. Организация торговли готовой продукцией. Лизинг.
5. Международная встречная торговля.
6. Международная торговля результатами интеллектуальной деятельности. Торговля лицензиями и ноу-хау. Инжиниринг. Франчайзинг.
7. Особенности внешней торговли машинами и оборудованием.
8. Международный туризм.
9. Организационно-правовые формы международного бизнеса. Общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества.
10. Совместные предприятия.
11. Транснациональные корпорации.
12. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности. Источники коммерческой информации в России и за рубежом.
13. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности. Справочники. Перечни крупнейших компаний. Публикации предприятий.
14. Базисные условия поставки. Основные положения, особенности применения.
15. Характеристика базисных условий поставок. Группы терминов Е, F, С, D.
16. Страхование внешнеторговых грузов. Понятие общей и частной аварии. Условия страхования.
17. Понятие об условиях платежа. Валюта платежа, срок платежа, способ платежа и форма расчетов, валютная оговорка.

18. Условия платежа. Формы расчетов. Инкассовая и аккредитивная форма оплаты товара.
19. Внешнеторговый контракт. Основные положения. Оферта и акцепт.
20. Содержание разделов внешнеторгового контракта.
21. Исполнение внешнеторгового контракта.
22. Недобросовестная коммерческая практика. Ограничительная деловая практика. Демпинг. Фальсификация товаров и торговых знаков.
23. Требования к стратегическим решениям по международной деятельности предприятия.
24. Алгоритм стратегического планирования международной деятельности предприятия.
25. Виды международных стратегий предприятия.
26. Способы управления международной деятельностью ТНК.
27. Способы управления заграничной деятельностью малых и средних предприятий.
28. Функции отделов предприятия, работающего на внешнем рынке.
29. Формы и особенности делового общения с иностранными партнерами. Деловой протокол.
30. Переговоры с иностранными деловыми партнерами.

6.2.2. Темы рефератов

1. Внешнеэкономическая деятельность.
 Дать понятие внешнеэкономической деятельности. Охарактеризовать субъекты внешнеэкономической деятельности. Дать понятие внешнеэкономической операции, международной торговой сделки. Показать отличия основных и обеспечивающих операций.
2. Внешняя торговля сырьевой продукцией.
 Раскрыть особенности внешней торговли сырьевой продукцией: международной биржевой торговли, аукционной торговли, международных товарных соглашений по сырью.
3. Торговля готовой продукцией. Особенности внешней торговли машинами и оборудованием. Лизинг.
 Описать организацию торговли готовой продукцией. Раскрыть особенности внешней торговли машинами и оборудованием: предпродажный сервис и доработка, техническое обслуживание, прогрессивная сборка, торговля комплектным оборудованием. Дать понятие о лизинге.
4. Международная торговля научно-техническими знаниями.
 Показать особенности торговли научно-техническими знаниями. Торговля лицензиями и ноу-хау. Инжиниринг. Франчайзинг.
5. Международная встречная торговля.
 Дать понятие международной встречной торговли. Виды международной встречной торговли: бартерные операции, контрзакупки, компенсационные соглашения, выкуп продукции, бывшей в употреблении.
6. Организационно-правовые формы международного бизнеса.
 Дать краткую характеристику системы организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Основные организационно-правовые формы бизнеса – общества с ограниченной ответственностью, акционерные

общества.

7. Совместные предприятия и транснациональные корпорации.

Охарактеризовать совместные предприятия и транснациональные корпорации как формы международного сотрудничества. Показать преимущества совместных предприятий, положительные и отрицательные последствия деятельности транснациональных корпораций для принимающих стран и стран базирования. Взаимоотношения государства, совместных предприятий и транснациональных корпораций.

8. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности

Назвать источники внешнеторговой информации в России и за рубежом (торгово-промышленные палаты; союзы предпринимателей; кредит-бюро; справочники; годовые отчеты хозяйственных обществ; каталоги; статистические публикации и др.). Дать характеристику основных источников информации.

9. Базисные условия поставки

Раскрыть основные положения Инкотермс. Разделение терминов на группы E, F, C, D. Особенности применения базисных условий поставки.

10. Страхование внешнеторговых грузов

Понятие страхования грузов. Страховые риски и условия страхования. Общая и частная авария. Условия страхования. Взаимоотношения сторон при наступлении страхового случая.

11. Условия платежа

Описать, что включают условия платежа в международной торговле: валюта платежа, срок платежа, способ платежа и форма расчетов, валютная оговорка. Охарактеризовать инкассовую и аккредитивную формы оплаты товара.

12. Недобросовестная коммерческая практика

Раскрыть содержание ограничительной деловой практики, демпинга, фальсификации товаров и товарных знаков.

13. Стратегическое планирование внешнеэкономической деятельности

Раскрыть понятие стратегического планирования внешнеэкономической деятельности предприятия. Требования к стратегическим решениям по международной деятельности. Алгоритм стратегического планирования. Виды международных стратегий предприятия.

14. Организация международного отдела на предприятии

Дать описание организации, работающей на внешнем рынке, схему ее структуры. Функции отделов.

15. Деловое общение на международном уровне

Осветить формы и особенности делового общения. Процесс делового общения. Установление отношений с деловыми партнерами. Ведение переговоров. Международный деловой протокол.

6.2.3. Тестовые задания

1. Какие слова пропущены в следующем утверждении: наше благосостояние _____ от международных экономических связей?

А. полностью зависит;

- Б. иногда зависит;
- В. зависит в незначительной мере;
- Г. зависит в определенной мере;
- Д. практически не зависит.

2. Этноцентризм - это:

- А. подход к подбору персонала на ключевые позиции определяется квалификацией работника и не зависит от национальности, культуры, окружения; управление персоналом, производством, маркетингом и т.д. осуществляется на глобальной основе;
- Б. подбор управленческого персонала на все ключевые позиции, как дома, так и за границей, подбирается из числа «домашних руководителей»; этот подход используется в фирмах с высокой централизацией управления;
- В. подбор на руководящие посты за границей осуществляется из представителей тех национальностей, где расположен филиал;
- Г. подбор на руководящие посты определяется спецификой региона; этот подход применяется, когда товары фирмы продаются по всему миру без изменений и лишь маркетинг учитывает культурные различия стран или регионов.

3. Выберите из приведенных материалов принципы стимулирования персонала международной фирмы:

- А. системность;
- Б. адаптивность;
- В. комплексность;
- Г. результативность;
- Д. учет национальных особенностей.

4. Практически любая национальная экономика является:

- А. частью мировой экономики, а поэтому зависит от нее;
- Б. абсолютно открытой экономической системой и поэтому полностью зависит от мировой экономики;
- В. частью мировой экономики и стремится существенно сократить свою зависимость от нее;
- Г. частью мировой экономики и стремиться к распространению протекционистских мероприятий.

5. Закон масштаба - закон, согласно которому:

- А. увеличение масштабов производства продукта ведет к увеличению его реализации;
- Б. период роста производства соответствует периоду жизненного цикла изделия;
- В. увеличение масштабов производства товаров ведет к снижению его себестоимости;
- Г. рост масштабов производства ведет к лучшему использованию мощности предприятия.

6. В зависимости от глобальных и локальных тенденций выделите варианты международной среды бизнеса:

- А. нейтральная международная среда;
- Б. множественно-национальная среда;

- В. глобальная среда;
- Г. транснациональная среда;
- Д. все ответы верны.

7. Антидемпинговая политика - это деятельность государства:

- А. которое запрещает реализацию товаров за ценами, ниже их себестоимости или существенно низкими ценами по сравнению с их рыночной стоимостью;
- Б. связанная с представлением субсидий соответствующим производителям экспортных товаров;
- В. направленная на активную поддержку экспортного сектора экономики и ограничения импортных операций;
- Г. направленная на ограничение иностранной конкуренции на мировых рынках.

8. Наиболее привлекательный для компании в данный момент сегмент рынка, овладение которым становится ее главной задачей, называется:

- А. аграрный рынок;
- Б. внутренний рынок;
- В. внешний рынок;
- Г. целевой рынок.

9. Факторинг - это:

- А. финансово-коммерческие услуги, которые торговая посредническая фирма оказывает своему клиенту на основе краткосрочного контракта; услуги оплачиваются в форме комиссионного вознаграждения;
- Б. специальное разрешение, выдаваемое государственными органами на осуществление внешнеторговых операций;
- В. долгосрочная аренда машин, оборудования, средств транспорта, производственных сооружений при сохранении права собственности за арендодателем;
- Г. специальная привилегия, представляемая правительством частному предприятию, за что последнее уплачивает налог.

10. По характеру конечного использования товара товарные рынки могут подразделяться на:

- А. рынки мировые и зональные;
- Б. рынки внешние и внутренние;
- В. рынки товаров потребительского и рынки товаров производственного назначения;
- Г. легальные и нелегальные рынки.

11. Часть рынка, в пределах которого осуществляется сбыт товаров, произведенным данным предприятием, называется:

- А. рынок товаров промышленного назначения;
- Б. рынок сбыта продукции;
- В. рынок средств производства;
- Г. рынок материалов.

12. Лизинг-это:

- А. специальное разрешение, выдаваемое государственным органам на

осуществление внешнеторговых операций;

- Б. долгосрочная аренда машин, оборудования, средств транспорта, производственных сооружений при сохранении права собственности за арендодателем;
- В. специальная привилегия, представляемая правительством частному предприятию, за что последнее уплачивает налог;
- Г. финансово-коммерческие услуги, которые торговая посредническая фирма оказывает своему клиенту на основе долгосрочного контракта, услуги оплачиваются в форме комиссионного вознаграждения.

13. Совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке называется:

- А. рыночной стратегией;
- Б. конъюнктурой рынка;
- В. равновесием на рынке;
- Г. рыночным саморегулированием.

14. Изучение внешней среды предприятия:

- А. анализ возможностей предприятия;
- Б. анализ производства;
- В. анализ сбыта;
- Г. анализ финансовой стабильности.

15. В японских фирмах управляющие ориентируют деятельность своих организаций на:

- А. стратегии инновации, требующие самой передовой, новейшей технологии;
- Б. стратегию качества выпускаемой продукции;
- В. согласование действий всех сотрудников фирмы по принятию решений;
- Г. увеличение доли рынка;
- Д. ускорение отдачи инвестированных средств.

16. При переходе на внешний рынок с товаром, имеющим надежную патентную защиту и высокий спрос, фирма выбирает одну с ценовых стратегий:

- А. стойкое внедрение на рынок;
- Б. использование скидок и других способом стимулирования сбыта;
- В. «снятие сливок»;
- Г. занятие ценовой ниши.

17. Снижение курса национальной валюты способствует:

- А. выгоде от экспорта и выгоде от дорогого импорта;
- Б. невыгодному экспорту и невыгодному дешевому импорту.

18. Наиболее привлекательный для компании в данный момент сегмент рынка, овладение которым становится ее глобальной задачей, называется:

- А. аграрный рынок;
- Б. внутренний рынок;
- В. внешний рынок;
- Г. целевой рынок.

- 19. Местом подписания внешнеторгового контракта считается:**
- А. место нахождения фирмы - экспортера;
 - Б. местонахождение и регистрации фирмы - импортера;
 - В. определенный географический пункт, выбор которого согласован сторонами.
- 20. Твердая цена на товар определяется:**
- А. в момент подписания контракта;
 - Б. в момент пересечения товаром границы;
 - В. в момент поставки товара к потребителю.
- 21. Выделите из приведенных материалов основные задачи финансового менеджмента:**
- А. финансовый анализ и система принятия решений;
 - Б. планирование использования краткосрочных финансовых ресурсов;
 - В. планирование использования долгосрочных финансовых ресурсов;
 - Г. анализ возможного риска;
 - Д. контроль и отчет о выполнении решения.
- 22. Языком контракта является:**
- А. язык, на котором сделано предложение составить соглашение;
 - Б. язык покупателя и язык продавца;
 - В. язык страны, законодательство которой взято за основу определения условий контракта.
- 23. Основными аспектами международной сертификации являются:**
- А. безопасность;
 - Б. экологичность;
 - В. экономичность;
 - Г. функциональность.
 - Д. все ответы верны
- 24. Корпорация - это:**
- А. совокупность лиц, объединившихся для достижения общих целей, осуществления совместной деятельности и образующих самостоятельный объект права;
 - Б. организация в форме акционерного общества;
 - В. крупное объединение предприятий, связанных общностью интересов, договорами, капиталом. Участием в совместной деятельности;
 - Г. ассоциация лиц (объединение, товарищество, фирма), организованных с целью коммерческой деятельностью;
 - Д. транснациональные компании, осуществляющих основную часть своих операций за рубежом.
- 25. Внешнеторговое соглашение (контракт) купли-продажи - это:**
- А. соглашение между иностранными партнерами на территории другой страны;
 - Б. соглашение предпринимателей с иностранными фирмами и гражданами по поводу проведения внешнеторговой операции.
- 26. Кто является субъектами международного бизнеса:**
- А. экспортеры;

- Б. транснациональные корпорации;
- В. импортеры;
- Г. глобальные компании.

27. Этапы развития отношений головной компании с зарубежными филиалами:

- А. изоляция;
- Б. простая интеграция;
- В. комплексная интеграция;
- Г. дифференциация.

28. Какие из стратегий относятся к товарным стратегиям выхода на международные рынки:

- А. адаптация продукта;
- Б. стандартизация;
- В. диверсификация;
- Г. все перечисленные.

29. Торговая надбавка на импортные товары:

- А. дифференцируется по видам продукции;
- Б. не ограничивается;
- В. устанавливается государством как фиксированная величина.

30. Торг между иностранными партнерами при деловом общении приводит к:

- А. нарушению баланса интересов;
- Б. формированию отрицательной репутации;
- В. взаимовыгодным соглашениям.

Ключи

1	А	16	А
2	В	17	Б
3	Г	18	Г
4	А	19	В
5	Г	20	А
6	В, Г	21	А
7	А	22	Б
8	Г	23	Д
9	В	24	В
10	А	25	Б
11	Б	26	Б
12	Б	27	Г
13	Б	28	Г
14	А	29	А
15	Б	30	А

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Евсеева, О. А. Международный менеджмент : учебное пособие / О. А. Евсеева, С. А. Евсеева. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. — 115 с. — ISBN 978-5-7422-6288-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83323.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Макарова, Е. Л. Международный менеджмент : учебное пособие / Е. Л. Макарова, М. Г. Подопригора. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. — 127 с. — ISBN 978-5-9275-2718-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87434.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Смирнова, И. Ю. Международный менеджмент. Практикум : учебное пособие / И. Ю. Смирнова. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2019. — 110 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89494.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Менеджмент. Теория, практика и международный аспект : учебник / Н. В. Ефимова, Н. С. Загребельная, Н. Ю. Кониная [и др.] ; под редакцией Н. Ю. Кониной. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 432 с. — ISBN 978-5-7567-0962-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86109.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Запруднова, Л. А. Международные транспортные операции : методические указания / Л. А. Запруднова. — Москва : Научный консультант, МГПУ Институт менеджмента, 2015. — 34 с. — ISBN 978-5-9906383-1-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75330.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Общероссийская Сеть информационно-правовых услуг КонсультантПлюс / <http://www.consultant.ru>

2. Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом». - <http://www.mevriz.ru/>.

3. Министерство промышленности и торговли РФ - www.minprom.gov.ru.

4. Министерство экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru/minec/main>.

5. Управление персоналом www.top-personal.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);

- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);

- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

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

Для преподавания дисциплины не требуются специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.