

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:46:30

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd6c03f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«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
38.04.01 Экономика**

**Квалификация выпускника
Магистр**

**Для всех
форм обучения**

Симферополь 2020

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	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	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины *	22
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	22
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	22
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	23

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательных программ

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

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • организационно-управленческие решения; • результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; • экономические службы и подразделения на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти;
ОПК-3	способностью принимать организационно-управленческие решения	<ul style="list-style-type: none"> • варианты управленческих решений, критерии социально-экономической эффективности. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • принимать организационно-управленческие решения; • обобщать и критически оценивать; • результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований;
ПК-11	способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти	<ul style="list-style-type: none"> • руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти; • разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности.
ПК-12	способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности; • способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти; • способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными

		исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований; <ul style="list-style-type: none"> • способностью принимать организационно-управленческие решения
--	--	---

2. Место дисциплины в структуре ОПОП Магистра

Дисциплина Б.1.В.ДВ.02.02. «Международный менеджмент» относится к вариативной части учебного плана ОПОП 38.04.01 Экономика.

Изучение дисциплины опирается на знания таких дисциплин как «Менеджмент персонала», «Международная коммерческая деятельность».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц 180 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа	66
Аудиторная работа (всего):	62
Лекции	20
Семинары, практические занятия	42
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	114
Дифференцированный зачет	4

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц 180 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	180
Контактная работа	16
Аудиторная работа (всего):	12
Лекции	4
Семинары, практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	164
Дифференцированный 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	Количество часов							
		Всего		Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практическ.		Самос. работа	
		ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Международный бизнес. Сущность, развитие, характерные черты.	19	20	2		4	-	13	20
2	Международный менеджмент: сущность, развитие, отличительные особенности	19	22	2		4	2	13	20
3	Возможность выхода российской фирмы на внешний рынок и ролевые функции международного менеджера	19	22	2	2	4	-	13	20
4	Экономический, правовой и политический анализ в контексте задач международного менеджмента. Страновый маркетинговый анализ.	19	14	2		4	2	13	12
5	Комплексный анализ культурной внешней среды и учет	21	20	2		6		13	20

	национальных стереотипов поведения в международном менеджменте.								
6	Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе	21	22	2	2	6		13	20
7	Стратегическое планирование в международной фирме	19	12	2	-	4	2	13	10
8	Технологическая политика МНК	23	24	4		6	2	13	22
9	Управление человеческими ресурсами и этика в международном бизнесе	16	20	2	-	4	-	10	20
10	Всего по дисциплине	176	176	20	4	42	8	114	164
11	Дифзачет	4	4	-	-	-	-	-	-
12	Итого	180	180	20	4	42	8	118	168

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Международный бизнес. Сущность, развитие, характерные черты

Понятие международного бизнеса.

Периодизация развития международного бизнеса. Коммерческая эра. Эра экспансии. Эра концессий. Эра национальных государств. Эра глобализации.

Характерные черты современного бизнеса.

Тема 2. Международный менеджмент: сущность, развитие, отличительные особенности

Понятие международного менеджмента. Страновой бизнес - международный бизнес.

Отличия от национальной модели. Анализ внешней и внутренней среды. Управление изменениями. Управление эффективностью деятельности.

Особенности международного менеджмента. Целевая ориентация международной фирмы. Задачи международного менеджмента.

Тема 3. Возможность выхода российской фирмы на внешний рынок и ролевые функции международного менеджера

Внешняя среда деятельности российской фирмы. Структура анализа внешней среды. Вхождение в международный бизнес за счет использования региональных и государственных возможностей.

Ролевые функции международного менеджера в контексте анализа внешней среды. Международный менеджер как организатор стратегического поиска возможностей фирмы на внешнем рынке. Международный менеджер как стратегический мотиватор. Международный менеджер как культурный

аналитик. Международный менеджер как эффективный организатор и руководитель интернационального коллектива. Международный менеджер как дипломат. Международный менеджер как общественный деятель. Международный менеджер как «стратегический оптимизатор» международного бизнеса. Специфика культурной составляющей.

Тема 4. Экономический, правовой и политический анализ в контексте задач международного менеджмента. Стартовый маркетинговый анализ.

Структура основных данных экономического анализа внешней среды, необходимых международному менеджеру.

Правовой анализ внешней среды. Международное публичное и международное частное право. Структура правового анализа.

Структура основных данных политического анализа внешней среды, необходимых международному менеджеру.

Стартовый маркетинговый анализ внешней среды. Роль стартового маркетингового анализа. Структура основных данных стартового маркетингового анализа.

Тема 5. Комплексный анализ культурной внешней среды и учет национальных стереотипов поведения в международном менеджменте

Общее понятие культуры и некоторые теории культуры. Культура и культурные константы. Субкультура.

Коммуникации в системе международного менеджмента: кросс - культурный анализ. Этноцентризм. Культурный анализ и коммуникации.

Учет национальных стереотипов в деятельности международного менеджера. Французский национальный стереотип. Национальный стереотип, характерный для стран Ближнего и Среднего Востока.

Тема 6. Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе

Основные формы корпоративной интеграции в международном бизнесе.

Международный стратегический альянс.

Цели международной интеграции. Доступ к новым рынкам.

Тема 7. Стратегическое планирование в международной фирме

Стратегические решения по международной деятельности. Охват всех решений по внешним взаимодействиям. Последовательная реализация генеральной цели. Миссия международной фирмы.

Процедуры стратегического планирования в международной фирме. Практикуемые подходы к выполнению процедур. Реализация миссии фирмы в стратегии. Состав стратегических данных. Мотивация участников процесса стратегического планирования в международной фирме. Использование межстрановых сравнений в мотивации участников. Информационное

обеспечение. Обратная связь с покупателями как элемент системы стратегического планирования.

Предпосылки формирования стратегии МНК. Основные положения теории международной конкуренции М. Портера. Роль страны базирования. Конкуренция фирм за рубежом.

Тема 8. Технологическая политика МНК

Цели и направления технологической политики МНК. Цели современной технологической политики. Интернационализация технологической политики.

Типы технологической политики. Политика глобального центра. Формы сотрудничества в сфере НИОКР. Преимущества и недостатки стратегии опоры на собственные силы в сфере НИОКР. Преимущества и недостатки кооперативной стратегии в сфере НИОКР.

Тема 9. Управление человеческими ресурсами и этика в международном бизнесе

Корпоративная культура. Четыре среды, влияющие на формирование культуры международной фирмы.

Вопросы управления человеческими ресурсами международной фирмы. Построение подсистем управления человеческими ресурсами в системе управления международной фирмой. Критерии отбора менеджеров и других категорий работников. Обучение. Мотивация и оплата труда. Модели управления человеческими ресурсами. Формы стимулирования персонала международной фирмы.

4.3. Темы практических занятий

Тема 1. Международный менеджмент многонациональных компаний.

Понятие международного менеджмента. Целевая ориентация международной фирмы. Задачи международного менеджмента.

Тема 2. Организационно – правовые формы международного бизнеса.

Характерные черты современного бизнеса.

Тема 3. Основные формы корпоративной интеграции в международном бизнесе. Ролевые функции международного менеджера в контексте анализа внешней среды.

Тема 4. Стратегические решения по международной деятельности. Последовательная реализация генеральной цели. Миссия международной фирмы.

Тема 5. Финансирование экспорта задачи и формы финансирования экспорт. Последовательная реализация генеральной цели. Миссия международной фирмы.

Тема 6. Международный стратегический альянс. Состав стратегических данных. Конкуренция фирм за рубежом.

Тема 7. Стратегическое планирование в международной фирме.

Стратегические решения по международной деятельности. Охват всех

решений по внешним взаимодействиям.

Тема 8. Технологическая политика МНК. Типы технологической политики. Политика глобального центра.

Тема 9. Корпоративная культура. Четыре среды, влияющие на формирование культуры международной фирмы.

Вопросы управления человеческими ресурсами международной фирмы.

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	Международный бизнес. Сущность, развитие, характерные черты.	13	20	Учебно-методическое пособие
2	Международный менеджмент: сущность, развитие, отличительные особенности	13	20	Учебно-методическое пособие
3	Возможность выхода российской фирмы на внешний рынок и ролевые функции международного менеджера	13	20	Учебно-методическое пособие
4	Экономический, правовой и политический анализ в контексте задач международного менеджмента. Страновой маркетинговый анализ.	13	12	Учебно-методическое пособие
5	Комплексный анализ культурной внешней среды и учет национальных стереотипов поведения в международном менеджменте.	13	20	Учебно-методическое пособие
6	Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе	13	20	Учебно-методическое пособие
7	Стратегическое планирование в международной фирме	13	10	Учебно-методическое пособие
8	Технологическая политика МНК	13	22	Учебно-методическое пособие
9	Управление человеческими ресурсами и этика в международном бизнесе	10	20	Учебно-методическое пособие

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

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ОПК-2

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями 6.2.1. (1,25-30), 6.2.2. (4-6), 6.2.3. (1-10)	обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований 6.2.1. (1-3,8-10,13), 6.2.2. (7-12), 6.2.3. (12-17)	способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований 6.2.1. (6,7), 6.2.2. (1-8), 6.2.3. (15-20)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (1,25-30), 6.2.2. (4-6), 6.2.3. (1-10) Умеет, если выполнил 6.2.1. (1-3,8-10,13), 6.2.2. (7-12), 6.2.3. (12-17) Владеет, если выполнил 6.2.1. (6,7), 6.2.2. (1-8), 6.2.3. (15-20)		

Компетенция ОПК-3

способностью принимать организационно-управленческие решения		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
организационно-управленческие решения 6.2.1. (4-10,10), 6.2.2. (1-5), 6.2.3. (11-17)	принимать организационно-управленческие решения 6.2.1. (9,11), 6.2.2. (9-12), 6.2.3. (17-20)	способностью принимать организационно-управленческие решения 6.2.1. (5, 15-17), 6.2.2. (10-18), 6.2.3. (13)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (4-10,10), 6.2.2. (1-5), 6.2.3. (11-17) Умеет, если выполнил 6.2.1. (9,11), 6.2.2. (9-12), 6.2.3. (17-20) Владеет, если выполнил 6.2.1. (5, 15-17), 6.2.2. (10-18), 6.2.3. (13)		

Компетенция ПК-11

способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти

Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
экономические службы и подразделения на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти 6.2.1. (10-15), 6.2.2. (В 1 1-5), 6.2.3. (7)	руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти 6.2.1. (17-20), 6.2.2. (В 2 9-12), 6.2.3. (5-7)	способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти 6.2.1. (20-25), 6.2.2. (10-18), 6.2.3. (7)

Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания

Знает, если выполнил 6.2.1. (10-15), 6.2.2. (В 1 1-5), 6.2.3. (7)

Умеет, если выполнил 6.2.1. (17-20), 6.2.2. (В 2 9-12), 6.2.3. (5-7)

Владеет, если выполнил 6.2.1. (20-25), 6.2.2. (10-18), 6.2.3. (7)

Компетенция ПК-12

способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
варианты управленческих решений, критерии социально-экономической эффективности 6.2.1. (18,20-21), 6.2.2. (В 7-13), 6.2.3. (11)	разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности 6.2.1. (3-7,11), 6.2.2. (14-18), 6.2.3. (7-9)	способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности 6.2.1. (5, 9-17), 6.2.2. (10-18), 6.2.3. (11)

Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания

Знает, если выполнил 6.2.1. (18,20-21), 6.2.2. (7-13), 6.2.3. (11)

Умеет, если выполнил 6.2.1. (3-7,11), 6.2.2. (14-18), 6.2.3. (7-9)

Владеет, если выполнил 6.2.1. (5, 9-17), 6.2.2. (10-18), 6.2.3. (11)

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

а) типовые вопросы

1. Сущность международного бизнеса
2. Историческое развитие международного бизнеса
3. Факторы развития международного бизнеса
4. Характерные черты современного бизнеса
5. Страновой и международный менеджмент. Международный менеджмент как особый вид менеджмента
6. Целевая ориентация международной фирмы
7. Задачи международного менеджмента
8. Основные элементы внешней среды международного бизнеса
9. Ролевые функции международного менеджера
10. Экономический, правовой и политический анализ
11. Коммуникации в системе международного менеджмента
12. Учёт национальных стереотипов в деятельности международного менеджера
13. Основные формы корпоративной интеграции в международном бизнесе
14. Цели международной интеграции
15. Стратегические решения по международной деятельности
16. Стратегическое планирование в международной фирме
17. Основные положения теории международной конкуренции М. Портера
18. Формирование маркетинговой стратегии
19. Организация международных НИОКР
20. Корпоративная культура
21. Вопросы управления человеческими ресурсами международной фирмы
22. Основные формы корпоративной интеграции в международном бизнесе.
23. Международный стратегический альянс.
24. Цели международной интеграции.
25. Американский национальный стереотип международного менеджера.
26. Английский национальный стереотип международного менеджера.
27. Французский национальный стереотип международного менеджера.
28. Национальный стереотип международного менеджера, характерный для стран Ближнего и Среднего Востока.
29. Китайский национальный стереотип международного менеджера.
30. Японский национальный стереотип международного менеджера.

6.2.1. 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. 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. Ведение переговоров. Международный деловой протокол.

6.2.2. 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.

Ключ к тесту:

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. Евсева, О. А. Международный менеджмент: учебное пособие / О. А. Евсева, С. А. Евсева. — 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

www.philosophy.ru
www.fundamentalscience.ru
www.elementy.ru
www.ras.ru
<http://standard.tpu.ru/docs.php?div=stdpredp>

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 требуется 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.