Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Т.А. Хагуров
«31» мая 2019г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.18 ПРАКТИКУМ ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Направление подготовки: 38.03.02 – «МЕНЕДЖМЕНТ»

Направленность (профиль): Международный менеджмент

Программа подготовки: прикладной бакалавриат

Форма обучения: очная

Квалификация (степень): бакалавр

Краснодар 2019

**Цели и задачи изучения дисциплины**

**1.1 Цель и задачи дисциплины**

Дисциплина «Практикум по международному менеджменту» занимает важное место в подготовке бакалавра по направлению «Менеджмент» (профиль «международный менеджмент»). Дисциплина «Практикум по международному менеджменту» основывается на ранее изученных студентами дисциплинах «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Мировая экономика».

Основная **цель** преподавания дисциплины «Практикум по международному менеджменту» – подготовка обучающихся к организационно-управленческому виду профессиональной деятельности в международном бизнесе с учетом глобальных условий функционирования компаний посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, в части представленных ниже навыков, знаний и умений.

**Задачи** изучения дисциплины: изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирований умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения профессиональных и прикладных задач:

- уметь управлять операциями по созданию и развитию новых международных организаций с использованием приемов бизнес-планирования в условиях глобальной среды (ПК-18);
- собирать, анализировать и использовать информацию для формирования организационных и распорядительных документов для создания новых международных предпринимательских структур (ПК-20).

**1.2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

«Практикум по международному менеджменту» является дисциплиной вариативной части цикла ФГОС ВО бакалавриата (Б1.В.18) по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «международный менеджмент»). Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины «Практикум по международному менеджменту» предназначена для студентов четвертого курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Для освоения дисциплины «Практикум по международному менеджменту» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Бизнес-анализ в зарубежных организациях», «Международный бренд-менеджмент».

Дисциплина «Практикум по международному менеджменту» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные студентами в результате освоения данной дисциплины, необходимы для освоения ряда других частей ООП: «Сравнительный менеджмент», «Международный консалтинг» и др.

Полученные при изучении дисциплины знания используются при написании выпускной квалификационной работы и в последующей практической деятельности.

**1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-18, ПК-20.

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **владеть** |
| 1. | ПК-18 | владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) | теоретические основы осуществления операций по созданию и развитию новых организаций (направлений деятельности, продуктов) | решать управленческие задачи, связанные с созданием и развитием новых организаций (направлений деятельности, продуктов) | умением управлять операциями по созданию и развитию новых организаций (направлений деятельности, продуктов) |
| 2. | ПК-20 | владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур | основы подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур. | подготовить организационные и распорядительные документы, необходимые для создания новых предпринимательских структур. | навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур. |

**2. Структура и содержание дисциплины**

**2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ОФО).*

| Вид учебной работы | | Всего часов | Семестры (часы) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **7** | ___ | | |
| **Контактная работа, в том числе:** | | | | | | |
| **Аудиторные занятия (всего):** | | **52** | **52** | | | |
| Занятия лекционного типа | | 18 | 18 | - | - | - |
| Лабораторные занятия | | - | - | - | - | - |
| Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия) | | 34 | 34 | - | - | - |
| | | - | - | - | - | - |
| **Иная контактная работа:** | | | | | | |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | 4 | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | 0,2 | | | |
| **Самостоятельная работа, в том числе:** | | **51,8** | **51,8** | | | |
| Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к семинарским занятиям. Подготовка к решению тестов. | | 18 | 18 | - | - | - |
| Выполнение индивидуальных заданий (подготовка реферата) | | 17 | 17 | - | - | - |
| Подготовка к текущему контролю | | 16,8 | 16,8 | - | - | - |
| **Контроль:** | | | | | | |
| Подготовка к экзамену | | - | - | | | |
| **Общая трудоемкость** | **час.** | **108** | **108** | **-** | **-** | **-** |
| | **в том числе контактная работа** | **56,2** | **56,2** | | | |
| | **зач. ед** | **3** | **3** | | | |

**2.2 Структура дисциплины:**

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

| № раздела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | Л | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | *Раздел 1. Теоретические основы международного менеджмента* Глобализация и управление международными организациями | 14 | 2 | 4 | | 8 |
| 2. | Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций | 16 | 2 | 4 | | 10 |

| № раз-дела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | Л | СРС |
| 3. | *Раздел 2. Управление финансами и инвестициями в международных организациях* Финансовые и инвестиционные решения в международном менеджменте | 18,8 | 2 | 6 | | 10,8 |
| 4. | Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития | 24 | 4 | 6 | | 14 |
| 5. | *Раздел 3. Современные тенденции в международном менеджменте* Социальная ответственность и этические аспекты международного бизнеса | 16 | 4 | 6 | | 6 |
| 6. | Управление человеческими ресурсами в международной компании | 15 | 4 | 8 | | 3 |
| | ***Итого по дисциплине*** | **103,8** | **18** | **34** | | **51,8** |

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3. Содержание разделов дисциплины

### 2.3.1. Занятия лекционного типа

| № | Наименование раздела (темы) | Содержание раздела (темы) | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | *Раздел 1. Теоретические основы международного менеджмента* Глобализация и управление международными организациями | Основные направления глобализации экономики и ее социальные последствия. Глобализация и необходимость формирования новой модели менеджмента: превращение национальной модели в международную (эволюция международной модели менеджмента и ее отличия от национальной). Задачи международного менеджмента и требования, предъявляемые к глобальному менеджеру. | Контрольные вопросы |
| 2. | Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций | Анализ международного бизнес-окружения: виды рисков. Методы оценки политических и экономических рисков. Риски в коммерческой деятельности фирмы на мировом рынке и способы их минимизации. Адаптация международной фирмы к условиям деятельности в принимающей стране. | Контрольные вопросы |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3. | *Раздел 2. Управление финансами и инвестициями в международных организациях* Финансовые и инвестиционные решения в международном менеджменте | Роль ТНК и их особенности. Модель и индекс транснационализации. Мотивация и эволюция транснациональных корпораций. ТНК как эффективная форма международного предпринимательства. Американские транснациональные корпорации в мировой экономике. Отличительные черты европейских ТНК. Особенности ТНК индустриально развитых стран Азии.<br>Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений. | Контрольные вопросы |
| 4. | Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития | Динамика формирования стратегических альянсов и их эволюция. Цели и мотивы поведения партнеров. Риски и эффективность МСА. Факторы успешной деятельности альянсов. Основные формы МСА | Контрольные вопросы |
| 5. | *Раздел 3. Современные тенденции в международном менеджменте* Социальная ответственность и этические аспекты международного бизнеса | Возросшая значимость и новые аспекты социальной ответственности бизнеса в условиях глобализации. Общественная работа и социальная вовлеченность как часть бизнеса компании.<br>Воздействие социальных условий на конкурентоспособность компании. Устойчивая конкурентоспособность компании и создание новых возможностей для развития бизнеса. Социальная активность бизнеса в регионах размещения. Примеры. Социальная ответственность бизнеса как инструмент стратегического развития международной компании. | Контрольные вопросы |
| 6. | Управление человеческими ресурсами в международной компании | Квалификационные требования к менеджерам многонациональных компаний. Навыки менеджера. Смысл понятия «глобальный менеджер». Особенности работы за рубежом и проблемы, связанные с этим: образование, уровень жизни, предпочтения, мобильность, семья, адаптивность, карьера. Проблемы репатриации. Демографические факторы: внешний и внутренний. Национальные кадры и экспатрианты. Источники влияния на международные компании со стороны наемной рабочей силы. Различия рынков труда, политики и практики трудовых отношений в разных странах. Защита от закрытия предприятий и сокращения штатов в разных странах. | Контрольные вопросы |

### 2.3.2. Занятия семинарского типа

| № | Наименование | Тематика практических занятий | Форма текуще- |
|---|---|---|---|

| | раздела (тем) | (семинаров) | го контроля |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | *Раздел 1. Теоретические основы международного менеджмента*<br>Глобализация и управление международными организациями | Основные направления глобализации экономики и ее социальные последствия.<br>Глобализация и необходимость формирования новой модели менеджмента: превращение национальной модели в международную(эволюция международной модели менеджмента и ее отличия от национальной)<br>Задачи международного менеджмента и требования, предъявляемые к глобальному менеджеру. | Контрольные вопросы, Тест (Т) |
| 2. | Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций | Анализ международного бизнес-окружения: виды рисков<br>Методы оценки политических и экономических рисков.<br>Риски в коммерческой деятельности фирмы на мировом рынке и способы их минимизации. | Рефераты (Р), контрольные вопросы |
| 3. | *Раздел 2. Управление финансами и инвестициями в международных организациях*<br>Финансовые и инвестиционные решения в международном менеджменте | Специфика, цели и мотивы международного предпринимательства.<br>Теоретические основы интернационализации бизнеса. Стадии интернационализации.<br>Типология стратегических подходов в международном менеджменте.<br>Модель интернационализации российской компании. | Рефераты (Р), Тесты (Т) |
| 4. | Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития | Роль ТНК и их особенности. Модель и индекс транснационализации<br>Мотивация и эволюция транснациональных корпораций.<br>ТНК как эффективная форма международного предпринимательства.<br>Американские транснациональные корпорации в мировой экономике.<br>Отличительные черты европейских ТНК.<br>Особенности ТНК индустриально развитых стран Азии. | Контрольные вопросы, решение кейсов (РК) |
| 5. | *Раздел 3. Современные тенденции в международном менеджменте*<br>Социальная ответственность и этические аспекты международного бизнеса | Возросшая значимость и новые аспекты социальной ответственности бизнеса в условиях глобализации<br>Общественная работа и социальная вовлеченность как часть бизнеса компании<br>Воздействие социальных инвестиций на конкурентоспособность компании и развитие ее системы управления<br>Устойчивая конкурентоспособность компании и создание новых возможностей для развития бизнеса. | Рефераты (Р), контрольные вопросы |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 6. | Управление человеческими ресурсами в международной компании | Проблемы менеджеров-экспатриантов.<br>Альтернативные подходы к поиску, отбору, подготовке, оплате труда международных менеджеров.<br>Как различия рынков труда разных стран могут влиять на эффективность производства.<br>Особенности политики и практики трудовых отношений в конкретных странах (например, в США, Западной Европе, Японии, Китае и т.д. по выбору студентов). | Рефераты (Р), контрольные вопросы, деловая игра (ДИ) |

### 2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены

### 2.3.4 Примерная тематика курсовых работ – не предусмотрены

## 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

**Самостоятельная работа студента** имеет целью закрепление полученных знаний, дает возможность расширенного поиска информации по предмету и подготовки к итоговой аттестации по данной дисциплине.

Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины «Практикум по международному менеджменту» включает в себя:

– изучение лекционного материла;
– изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
– работу с электронными учебными ресурсами;
– изучение материалов периодической печати, Интернет-ресурсов;
– решение тестов;
– подготовку рефератов/презентаций;
– подготовку к зачету;
– индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам.

| Вид СРС | Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы |
|---|---|
| Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к семинарским занятиям | Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya<br>Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |
| Подготовка к решению тестов | Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |
| Подготовка рефератов | Методические указания по выполнению самостоятельной ра- |

| | |
|---|---|
| | боты обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. |
| Подготовка к выполнению деловой игры | Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. |
| Подготовка к текущему контролю | Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## 3. Образовательные технологии

Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции. К этому типу примыкает лекция с применением техники обратной связи, а также программированная лекция-консультация;

Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Проблемные вопросы отличаются от не проблемных тем, что скрытая в них проблема требует не однотипного решения, то есть, готовой схемы решения в прошлом опыте нет.

Лекции-диалоги и проблемные лекции позволяют включать интерактивные элементы в процесс преподавания, способствуют приобретению не только знаний по теме лекции, но и навыков исследовательской и аналитической деятельности.

Лекции в форме презентации с использованием мультимедийной аппаратуры обеспечивают более высокий уровень понимания сложных структур, схем взаимосвязей отдельных элементов.

Семинарские занятия предполагают организацию дискуссии по отдельным вопросам, что способствует формированию более глубоких знаний по теме семинарского занятия, а также развитию навыков поиска, анализа необходимой информации, навыков публичной защиты своей позиции.

Отдельные темы дисциплины предполагают решение тестовых заданий и расчетных задач. Это позволяет осуществлять текущий контроль знаний и умений по дисциплине.

Выполнение и подготовка реферата-презентации позволяет в комплексе оценить знания, умения и навыки формируемых дисциплиной профессиональных компетенций.

При подготовке докладов-презентаций обучающиеся представляют результаты исследования с использованием программы Power Point.

Интерактивные и информационно-коммуникативные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях, в сочетании с внеаудиторной работой создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения (ролевая игра), технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения реализации учебной программы осуществляется, исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения образовательной программы, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и ЛОВЗ.

Рекомендации по использованию интерактивных и информационных образовательных технологий были осуществлены согласно методических указаний к подобного рода работам. Режим доступа: : https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

## 4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### 4.1. Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

*Примерный перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины (ПК-18, ПК-20)*

Тема 1.1 Глобализация и управление международными организациями

1. Охарактеризуйте сущность интернационализации хозяйственной деятельности.
2. Перечислите характеристики мирового хозяйства.
3. Охарактеризуйте процесс формирования мегаэкономики.
4. Какие меры следует принимать на уровне государства, способствующие преодолению разрыва в уровнях социально-экономического развития стран в условиях функционирования мировой экономики?
5. Охарактеризуйте сущность международного менеджмента.
6. Рассмотрите сферы управления международным бизнесом.
7. Раскройте специфику международного менеджмента.
8. Дайте сравнительный анализ ведения странового и международного бизнеса.

Тема 1.2. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций

1. Раскройте сущность планирования внешнеэкономической деятельности.
2. Какова цель планирования внешнеэкономической деятельности?
3. Назовите задачи планирования внешнеэкономической деятельности.
4. Охарактеризуйте факторы, обеспечивающие экспортный потенциал.
5. Раскройте особенности бизнес-плана внешнеэкономических проектов.
6. Назовите функции управления внешнеэкономической деятельностью.
7. Назовите факторы, обуславливающие выбор формы организации внешнеэкономической деятельности.
8. Перечислите основные задачи службы внешнеэкономической деятельности.
9. Охарактеризуйте основные виды структур управления внешнеэкономической деятельностью.
10. Раскройте сущность изучения международного рынка.
11. Как осуществляется сегментация международного рынка?
12. Как осуществляется выбор целевого международного рынка?
13. В чем состоят задачи анализа товарного рынка?
14. Как оценивается емкость рынка?
15. Перечислите подходы к анализу конкуренции на международном рынке.
16. Как проводится анализ покупателей на международном рынке?
17. Как осуществляется выбор иностранного партнера?
18. Назовите структуру «Справки на фирму».
19. Перечислите подходы к ценообразованию на международном рынке.
20. Как проводится контроль внешнеэкономической деятельности?
21. Перечислите принципы оценки эффективности внешнеэкономической деятельности.
22. Назовите показатели экономической эффективности экспорта, импорта, экспортно-импортных операций.
23. Как проводится расчет коэффициента кредитного влияния?
24. Охарактеризуйте экономическую эффективность товарообменных операций.
25. Назовите причины выхода на внешние рынки.
26. В чем состоят основные трудности и опасности выхода на внешние рынки?

27. Охарактеризуйте стратегии выхода на международный рынок.

Тема 2.1. Финансовые и инвестиционные решения в международном менеджменте

1. Каковы особенности функционирования современной валютной системы?
2. Назовите и охарактеризуйте основные виды валютного риска.
3. В чем особенности применения инструментов срочного валютного рынка для хеджирования валютных рисков?

a. Почему в настоящее время все большую популярность получают инструменты срочного валютного рынка по сравнению с контрактными методами страхования валютных рисков?

b. Каковы особенности современного мирового рынка ссудных капиталов и тенденции его развития?

4. Назовите и охарактеризуйте внутренние и внешние источники краткосрочного финансирования международной фирмы.

a. Что собой представляет классификация банковского финансирования по видам используемых валют? Какое прикладное значение она имеет?

5. В чем особенности долгосрочного финансирования международной фирмы?

a. Что собой представляют нетрадиционные методы финансирования внешней торговли? Назовите факторы, способствующие их распространению.

b. Глобальное конкурентное преимущество: источники, сферы и механизмы проявления.

6. Международное стратегическое планирование.
7. Факторы и причины выбора метода и формы вхождения на зарубежный рынок.
8. Построение системы комплексных глобально-интегрированных маркетинговых каналов.
9. Взаимосвязь стратегического, оперативного и тактического уровней принятия решений в интракорпоративном пространстве международной компании.
10. Преимущества и недостатки возможных схем финансирования внешнеэкономических операций российских и зарубежных фирм.
11. Анализ имеющихся у различных международных компаний возможности по способам финансирования на внутреннем, внешнем и международном рынках.
12. Формирование, заполнение и оформление в соответствии с требованиями валютного экспортно-импортного контроля комплекта необходимых для осуществления финансирования внешнеэкономической операции документов. Обсуждение спорных вопросов, возникающих при формировании комплекта документов, при проведении такого рода операций.
13. Основные виды финансирования внешнеэкономических операций, применяемые в отечественной и зарубежной практике международного бизнеса.
14. Факторинг, форфейтинг, финансовый лизинг: преимущества и недостатки, основные риски.
15. Банковские гарантии и страхование международных сделок.
16. Основной документооборот при осуществлении внешнеэкономических операций в РФ.
17. Прямые зарубежные инвестиции и основные сферы интересов иностранных инвесторов в экономике

Тема 2.2. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития

1. Определите и классифицируйте стимулы для перехода национальных компаний в статус международных

2. Выявить преимущества долгосрочных контрактов для экспортеров и импортеров.

3. Для чего создаются консорциумы и совместные предприятия?

4. Каким требованиям должна отвечать оптимальная структура управления филиалами международной компании?

5. Проанализируйте этапы развития отношений головной компании с ее зарубежными филиалами.

6. Где располагается штаб-квартира международной компании и каковы ее функции?

7. Чем отличается экспортный отдел компании от департамента внешнеэкономических связей?

8. По каким принципам строится управление международной компанией своими зарубежными филиалами?

9. В чем смысл концепции международного жизненного цикла продукта для международного менеджмента?

10. За счет каких факторов обеспечивается предпочтительный уровень конкурентоспособности товаров и услуг международной компании в принимающей стране?

11. Почему управленческая деятельность важна для международных компаний и для всей национальной экономики? Какие изменения вносит в систему управления глобализация?

12. Каковы основные причины конфликтов международного менеджера в принимающей стране? Этична ли конкуренция? Сформулируйте соответствующий кодекс для международного менеджера.

13. Условия предпринимательской деятельности в принимающей стране: каким странам международные компании отдают предпочтения?

14. Этична ли конкуренция? Сформулируйте соответствующий кодекс для международного менеджера.

15. К чему сводится этика международной финансовой деятельности?

16. Допустимы ли взятки в международном бизнесе?

17. Что вы знаете о борьбе с коррупцией в национальном и международном масштабе?

18. Приведите аргументы «за» и «против» в отношении применения этноцентрического подхода в управлении.

Тема 3.1. Социальная ответственность и этические аспекты международного бизнеса

1. Укажите роль и практическое значение СО в решении актуальных вопросов деятельности организации

2. Каковы формы и технологии реализации программ СО?

3. Назовите цели неотъемлемых составляющих внутренней среды организации – самой организации, персонала и клиентов

4. Какое косвенное воздействие на процесс реализации социальных программ оказывает внешняя среда организации – государство, конкуренты и «профессиональное общество».

5. В чём состоит роль международных стандартов SA 8000 «Социальная ответственность» иISO 26000?

6. Какой вклад обеспечивает реализация программ социальной ответственности бизнеса в процесс устойчивого развития современного общества?

7. Как Вы считаете, должен ли быть современный бизнес социально ответственным?

8. Какие факторы определяют актуальность внедрения программ СО в практику?

9. Каковы основные принципы и положения СО в организации?

10. Кто может выступать в роли заинтересованных сторон в реализации программ соц. ответственности?

11. Позволяют ли программы СО гармонизировать взаимоотношения между бизнесом и обществом, властью? Каким образом?

12. Каких важнейших позитивных перемен возможно добиться с внедрением программ КСО в деятельность компании?

13. В каких случаях программы социальной ответственности могут восприниматься обществом негативно? В чём возможные причины?

14. Как Вы считаете, может ли комплекс мероприятий, осуществляющийся в рамках программы соц. ответственности бизнеса, использоваться во вред потребителю?

15. Может ли в рамках программ социальной ответственности быть безвредным продвижение торговой марки предприятия, выпускающего алкогольную продукцию?

16. Какую роль играют программы СО в повышении репутации компании в глазах общественности или правительства?

17. Как Вы относитесь к косвенному воздействию продвижения торговой марки алкогольной продукции через программы социальной ответственности на лиц младше 18 лет? Ваше отношение к «антитабачному закону» в РФ?

18. Как вы понимаете бескорыстие многих крупнейших гигантов в социально-значимой деятельности? Какую цель они преследуют?

Тема 3.2. Управление человеческими ресурсами в международной компании

1. Каковы основные кадровые стратегии международных компаний.

2. Охарактеризуйте особенности управления международными коллективами.

3. Дайте характеристику подбору и отбору персонала в процессе создания зарубежных отделений компании.

4. Раскройте сущность стратегии подбора и отбора персонала в международных компаниях.

5. В чем состоит корпоративная культура международного бизнеса.

6. Каковы элементы корпоративной культуры международной фирмы.

7. Дайте характеристику мотивационным проблемам международного менеджмента.

8. Каковы особенности оплаты труда в международной компании.

*Пример кейса по дисциплине*
*(ПК-18, ПК-20)*

**Кейс №1**

**Домик в Германии**

Компания Kaiser Estate находится в Мюнхене и помогает жителям России купить недвижимость в Германии без посредников. Однако на рынке довольно много подобных предложений, в том числе и отмосковских посредников. Как же немецкой компании заявить о себе и стать известной в России?

– Клиенты приходят к нам в основном через знакомых, – рассказывает генеральный директор Kaiser Estate Борис Бронштейн. – Однако нам хочется увеличить поток клиентов и мы пробуем различные маркетинговые инструменты.

Когда Kaiser Estate начал свое продвижение в России, он столкнулся с некоторыми проблемами. В ТОПе Яндекса уже находилось несколько десятков конкурентов, поэтому решено было не концентрироваться на по- исковой оптимизации. Контекстная реклама довольно быстро принесла результаты, но компания продолжала искать способы продвижения. Была запущена реклама в социальных сетях, однако она не принесла практически никакого результата. Общение на форумах, в блогах, участие на выставке недвижимости в

Москве давало свои результаты, но довольно скромные. Была выдвинута идея – предложить партнерство московским риелторам, с достойными комиссионными. Однако риелторы встретили предложение не особо активно. Реклама в газетах и журналах в настоящий момент выходит за рамки бюджета, однако в будущем будет задействована.

У конкурентов, особенно находящихся в Москве, клиентов вполне хватает. Большинство из них являются посредниками, некоторые из них даже передают клиента в Kaiser Estate, таким образом клиент переплачивает. Возможно, россиянам очень важен личный контакт, и поэтому они более охотно работают с посредниками, нежели напрямую с немецкой компанией.

***Вопросы:***

1. Раскройте связь ММ с процессами глобализации и интернационализации.
2. Проанализируйте маркетинговый профиль российских покупателей недвижимости в Германии.
3. Систематизируйте и проанализируйте факторы, влияющие (позитивно и негативно) на выбор россиянами немецкой фирмы – продавца недвижимости российским покупателям.
4. Предложите и обоснуйте рекомендации по повышению эффективности коммуникативного микса.

*Примеры тестовых заданий (ПК-18, ПК-20)*

1. Какая из приведенных ниже компаний, по вашему мнению, не является одной из четырех крупнейших транснациональных компаний мира?

A. ABB
B. Microsoft
C. Shell
D. Pharmacia & Upjohn
E. IKEA

2. Международный маркетинг отличается от национального (внутреннего) маркетинга тем, что:

A. Не нужно разрабатывать маркетинговые стратегии и маркетинг-микс.
B. На международном рынке риск обычно ниже.
C. Институты и ценности людей на международных рынках отличаются от институтов и ценностей людей на внутренних рынках.
D. В международном маркетинге не является необходимой такая компонента маркетинг-микса, как «продвижение».
E. Ничто из вышеперечисленного, поскольку между международным и национальным маркетингом различий нет.

3. Какое из приведенных ниже утверждений ложно?

A. Необходимо понять многие аспекты окружающей среды, чтобы определить, может ли покупательская сила быть преобразована в реальный спрос на определенный товар.
B. Агрегированный ВНП и ВНП на душу населения представляют собой оценки стандарта жизнедеятельности страны.
C. Знания относительно дохода на душу населения, агрегированный ВНП, кредит и распределение доходов обеспечивают общее понимание рыночных возможностей.
D. Совокупный ВНП в большей степени, чем ВНП на душу населения, интересует маркетера при определении размера совокупного рынка.
E. Агрегированный ВНП обычно определяет традиции покупки автомобиля в какой-либо стране.

4. Термин, принятый ООН для определения компании, осуществляющей бизнес в более чем одной

A. Транснациональная компания.

B. Мультинациональная компания.

C. Транскультурная мультинациональная компания.

D. Культурно-пространственная компания.

E. Ничто из перечисленного.

5. Соглашения в преференциальной торговле, такие как НАФТА и Европейский Союз,

C. Разрешены согласно резолюции ООН.

D. Являются группой стран на отдельно взятом рынке со значительными возможностями в области маркетинга.

E. Игнорируют принципы мультикультурализма.

F. Маркетируют товары и/или услуги на глобальном базисе с использованием имени на английском языке.

6. Экономия масштаба относится к:

A. Маркетингу в различных странах.

B. Маркетингу товаров и услуг в сети Интернет.

C. Снижению на единицу затрат на производство продукции.

D. Свободное владение иностранным языком.

E. Ничто из перечисленного.

7. Какая из нижеперечисленных компаний, по вашему мнению, является крупнейшей ТНК в мире?

A. Microsoft

B. General Electric

C. Ford Motor Company

D. IKEA

E. Mc'Donald

8. Какая из представленных ниже стран является крупнейшим иностранным инвестором в мире?

E. Германия

F. Китай

G. Канада

H. США

I. Великобритания

9. Термин окружающая среда

A. Относится только к проблемам загрязнения воздуха и воды.

B. Всегда имеет международный контекст.

C. Редко используется в терминах бизнеса.

D. Вбирает в себя все силы, оказывающие влияние на существование и развитие компании.

E. Ничто из перечисленного.

10. Что из перечисленного не является примером основного движителя, который ведет международные компании к глобализации посредством осуществления ими бизнес-операций?

B. Политический климат бизнеса

C. Технология

D. Культурные различия

E. Затраты

*Пример деловой игры (ПК 18, ПК 20)*

**Деловая игра «Особенности организационного поведения с учетом национального аспекта»**

В вашу фирму приехал иностранный партнер(ша) Х (страну выберите сами). Как вы его встретите, что подарите? Ознакомьтесь с национальными особенностями делового этикета в данной стране и обоснуйте ответ.

США

Для американского стиля делового взаимодействия характерен утилитаризм (все должно давать доходы): отсутствие напрасных затрат труда; пренебрежение к традициям; пунктуальность в выполнении данного обещания; тщательность в проработке организации любого дела; анализ, разделение функций и скрупулезная проверка исполнения; нацеленность на то, чтобы сегодня сделать лучше, чем вчера; большое внимание к мелочам; специализация кадров и производства; краткость и ясность, конструктивизм.

Российским бизнесменам необходимо придерживаться определенных правил, чтобы успешно решать свои проблемы.

Руководитель группы стратегических исследований американского бизнеса, осуществляющей проекты и обучение в области маркетинга и хозяйственных связей, В. Кей обращает внимание на некоторые особенности предпринимательского климата в США.

При деловых контактах американцы не сообщают вам детальную информацию, но ожидают от вас понимания порядка работы и ведения бизнеса по-американски.

Если при деловых переговорах вы не имеете информации, которую вам предоставляют, то принимайте ее как уже известную вам. Американцы быстро реагируют на все и требуют от партнеров того же. Для более быстрого общения используются факсимильные аппараты.

В деловых письмах и разговорах всегда указывайте названия организаций или имена людей, которые представили вас партнеру. Желательно попросить человека, предлагающего вам контактировать с какой-либо фирмой, позвонить в эту фирму и представить вас.

При деловых переговорах обязательно постарайтесь обратить внимание вашего партнера на особенности деятельности вашего предприятия, отличающие его от других аналогичных фирм.

Всеобщий принцип американского бизнеса - получение прибыли. Цели ваших совместных действий могут быть ближними и дальними. Если ваши предложения способствуют достижению важнейшей цели американского партнера, то они обязательно его заинтересуют. Но эти предложения должны быть обязательно реально выполнимыми.

При поиске американского партнера выберите 10-15 фирм, с которыми, на ваш взгляд, будет выгодно работать. Старайтесь не выбирать большие и известные фирмы, так как они обычно имеют много подобных предложений и могут проигнорировать ваше. Собирайте как можно больше побочной информации о своих предполагаемых партнерах.

Перед деловыми переговорами заранее определите желаемый результат. Спланируйте разговор так, чтобы он коснулся ваших главных задач и преимуществ.

Итак, заключает В. Кей, ищите успеха на американском рынке, соблюдая деловой этикет, четко организуйте свою деятельность как самостоятельно, так и с привлечением специалистов, которые всегда готовы предоставить свой опыт и знания. 2.

Великобритания

Прежде всего надо отметить, что деловой мир Великобритании неоднороден не только в социальном плане, но и в своей «цеховой» специализации, что отличает его от деловых кругов других стран.

Для английского бизнеса характерна кастовость, которая, с одной стороны, определяет его высокий профессиональный уровень, а с другой - препятствует притоку «свежей крови».

Бизнесмены Великобритании - одни из самых квалифицированных в деловом мире Запада. Но в силу специфики исторического и экономического развития, политического

устройства, взаимоотношений различных социальных слоев и групп населения бизнес в этой стране, вернее, его промышленный сектор, не достиг тех высот развития, которые отмечаются в ФРГ, Японии и США. Английские бизнесмены, работающие в промышленности, умеют тщательно анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке, составлять краткосрочные и среднесрочные прогнозы. Однако в целом они не могут подняться до высочайшего уровня анализа долгосрочных перспектив, где помимо экономических факторов огромное значение имеют социальные, политические и общемировые. Как правило, английские бизнесмены проявляют напористость, когда дело идет о сиюминутной выгоде, заключении сделок, приносящих немедленную прибыль, и очень неохотно идут на расходы, отдача от которых будет лишь через 5-10 лет.

В то же время финансовому и сырьевому секторам британского бизнеса практически нет равных в мире. Финансовый сектор играет роль не только банка идей, но и идеолога в проведении тех или иных нововведений.

Отечественным предпринимателям следует хорошо представлять себе портрет английского бизнесмена, четко знать «правила игры» бизнеса в этой стране.

Английский бизнесмен - это эрудированный человек, сочетающий в себе высочайшую профессиональную подготовку и своеобразный политический инфантилизм. Чисто человеческие факторы имеют для него огромное значение. Он не замыкается в своей работе, а имеет широкий круг интересов, связанных не только с экономикой, но и со спортом, литературой, искусством. Он очень наблюдателен, хороший психолог и не приемлет фальши и сокрытия слабой профессиональной подготовки.

В связи с этим вам лучше сразу заявить, что у англичан есть чему поучиться и вы просите своего английского коллегу о практической помощи. Тем более что они делятся своими знаниями и опытом весьма охотно, часто раскрывают секреты своего ремесла и указывают на особенности того или иного рынка.

В английском бизнесе существует определенный ритуал общения, которого стараются строго придерживаться: при телефонном и личном общении; при проведении деловых ланчей, обедов; при посещении симпозиумов, конгрессов, семинаров, выставок и участии в работе престижных клубов. Для британской элиты, в том числе и для бизнесменов, немаловажное значение имеет посещение таких зрелищных мероприятий, как теннисные турниры, скачки и др.

Все это надо учитывать, чтобы расположить к себе английского бизнесмена. Установив с ним контакт, вы не только приобретаете делового партнера на настоящий момент, но и создадите основу для установления длительных деловых взаимоотношений, которые в будущем принесут вам и вашему предприятию немалую прибыль.

Если английский партнер пригласил вас на ланч, не отказывайтесь, но запомните, что вы должны также организовать подобное мероприятие. Перед началом встречи поинтересуйтесь, каким временем располагает ваш партнер, тем самым показав, что цените не только свое, но и его время. Не огорчайтесь, если первая встреча не принесла вам желаемого результата. Проанализируйте ход встречи и оцените свои действия - может быть, вы допустили какую-то оплошность. Это позволит вам при следующей встрече исправить ошибки и не допускать их в дальнейшем.

Не менее важно не забывать оказывать знаки внимания тем, с кем вы когда-либо встречались или вели переговоры. Поздравительная открытка к празднику или по случаю дня рождения, приветы близким вашего английского коллеги повысят ваш деловой авторитет и укажут на вашу вежливость и наличие хороших человеческих качеств.

В английских деловых кругах выработан ритуал вручения подарков и определен круг товаров, которые рассматриваются не как взятки, а как подарки. К этим товарам относятся календари, записные книжки, зажигалки, фирменные авторучки, на Рождество - алкогольные напитки. Другие товары рассматриваются не как знаки внимания, а как средства давления на партнера. Английские фирмы очень щепетильно относятся к этому. Если в деловых кругах станет известно, что представители каких-то фирм принимали или пред-

лагали более ценные подарки, то доверие к ним пострадает - и настолько серьезно, что этим бизнесменам приходится уходить из данной сферы деятельности.

Необходимо отметить, что английским фирмам для определения позиции на переговорах по заключению контрактов как по экспорту, так и по импорту очень важны следующие факторы: торгово-политический, который иногда заставляет английскую фирму переступить через явную коммерческую прибыль и выгоду и отказаться от контракта; длительность периода контактов с российской организацией (чем длительнее взаимоотношения, которые к тому же подкреплены чисто дружескими отношениями и даже симпатией к партнеру, тем легче английскому бизнесмену заключать сделки если не в ущерб себе, то с очень небольшой выгодой).

Позиция на переговорах любой английской фирмы, как правило, жесткая. Переговоры ведутся с привлечением многочисленного фактического, справочного и статистического материала. Просчитывается каждая позиция, строго фиксируется каждая деталь, каждый параметр контракта. Обговариваются и определяются не только все, что связано с контрактом, но и деятельность, направленная на дальнейшее развитие делового сотрудничества, в частности перспективы заключения других возможных сделок, возможность сотрудничества в производственной и сбытовой сферах.

Хотя британские фирмы принимают решения не так быстро, как, например, европейские или японские, зато степень риска в принятом решении минимальная. И последнее: везде и всегда британский бизнес умело и эффективно проявляет и отстаивает свои интересы.

Франция

Прежде чем приступить к установлению деловых отношений с французскими фирмами, необходимо четко определить цели этих отношений: выход на рынок со своими товарами; налаживание сотрудничества и научно-технических связей; создание совместного предприятия и т. д. В каждом случае методы работы будут различаться.

Узнав как можно больше об интересующих вас фирмах, отправьте в их адрес комплект рекламной литературы и каталогов, в которых представлена продукция вашего предприятия, а также сообщите условия, на которых вы готовы поставлять свою продукцию. Все это должно быть изложено на французском языке; французы болезненно реагируют на использование английского или немецкого языка в деловом общении с ними, полагая, что это ущемляет их чувство национального достоинства. Если вы импортер, направляйте запрос с максимальным перечнем того, что бы вы хотели получить от французской фирмы. Попробуйте выяснить реакцию партнера на сделанное предложение, позвонив ему или связавшись по факсу, попросите его подтвердить получение предложения, выразив надежду на скорейший ответ.

В деловой жизни Франции большую роль играют связи и знакомства. Поэтому обычно новые контакты устанавливаются через посредников, которые связаны родственными, финансовыми или дружественными отношениями с нужным вам лицом. Элита делового мира здесь ограничена и не впускает в свой мир новых, никому не известных людей.

Следует быть готовым и к бюрократической волоките, особенно на национализированных крупных предприятиях. Если у вас нет прямого выхода на ответственных руководителей и вы ведете переговоры на менее высоком уровне, следует дождаться, пока ваше предложение дойдет до соответствующего управленческого звена и будет выработано решение; здесь решения принимаются ограниченным числом лиц высокого ранга.

Французы досконально изучают все аспекты и последствия поступающих предложений. В отличие от американских бизнесменов французские стараются избегать рискованных финансовых операций. Они не сразу позволяют убедить себя в целесообразности сделанного предложения, предпочитая аргументированно и всесторонне обсудить каждую деталь предстоящей сделки.

Иногда во время обсуждения французские предприниматели перебивают собеседника, высказывая критические замечания или контраргументы.

Это не должно восприниматься как проявление неуважения - так у них принято. Но лучше, если вы хорошо подготовитесь к переговорам, овладеете существом дела, не дадите сбить себя с толку и проявите определенную напористость.

Для французов важнее аргументы, подкрепленные фактами и хорошим технико-экономическим анализом.

При заключении контрактов с крупными предприятиями основное внимание следует уделять техническим характеристикам и долговечности предлагаемых товаров; на переговорах с мелкими и средними предприятиями надо сразу же продемонстрировать ощутимые материальные выгоды сделки.

Контракты, заключаемые французами, архиконкретны, точны в формулировках и лаконичны. Французы не любят, если их партнеры вносят какие-то изменения в ходе переговоров.

Во Франции многие важные решения принимаются не только в служебном кабинете, но и за обеденным столом. Деловые приемы могут принимать форму коктейля, завтрака, обеда или ужина. О делах принято говорить только после того как подадут кофе. Французы не любят с ходу обсуждать вопрос, который интересует их больше всего, - к нему подходят постепенно, после долгого разговора на разные нейтральные темы и как бы вскользь.

Наиболее подходящие темы для застольной беседы: спектакли, книги, выставки, туристические достопримечательности страны и города. Особенно высоко ценится в собеседнике знание искусства, в первую очередь французского. Следует остерегаться затрагивать вопросы вероисповедания, личные проблемы, вопросы, связанные с положением на службе, доходами и расходами, обсуждать собственные болезни, семейное положение, политические пристрастия.

Если вас пригласили на ужин - это исключительная честь. Прибыть на ужин следует на четверть часа позже назначенного времени. Следует принести с собой подарки: цветы (только не белые и не хризантемы, которые во Франции считаются символом скорби), бутылку шампанского (или вина дорогой марки), коробку шоколадных конфет.

Кухня для французов - предмет их национальной гордости. Приветствуются любые восторженные комментарии по поводу качества блюд и напитков на столе. Не принято оставлять еду на тарелке, подсаливать блюда по своему вкусу или пользоваться пряностями - это может быть расценено как неуважение к хозяевам.

Культура потребления спиртных напитков, являющихся непременными спутниками французского застолья, предполагает рюмку аперитива (портвейн, анисовый ликер или виски с содовой, к которым подаются соленые орешки, специальное печенье, небольшие сандвичи с сыром или ветчиной), три-четыре бокала вина (белое под рыбу и морепродукты, красное - под мясо и сыр), а после десерта или кофе - фруктовую водку, крепкий ликер или коньяк. Важнейшим требованием является умеренность в употреблении напитков.

Большое значение придают французы различным формам вежливости. Когда вас пропускают вперед, не расшаркивайтесь в дверях - идите первым. Но во время важных собраний и совещаний первым входит руководитель наиболее высокого ранга.

Во Франции не принято обращаться к собеседникам по имени, если только они сами об этом не попросили. Обычно употребляют «мсье», обращаясь к мужчинам, и «мадам», обращаясь к женщинам. Считается невежливым, если к традиционным приветствиям не добавить «мсье» или «мадам» или их имена. В деловом мире к женщинам обращаются со словом «мадам» независимо от их семейного положения. Мужчины, как правило, обмениваются рукопожатиями.

Как и везде, при деловом знакомстве во Франции необходимо вручить свою визитную карточку, но поскольку здесь придают большое значение образованию, рекомендуется указать на карточке высшее учебное заведение, которое вы закончили, особенно если

оно пользуется хорошей репутацией. Если с французской стороны на встрече присутствуют несколько человек, визитная карточка вручается лицу, занимающему более высокое положение.

Требования к внешнему виду делового человека во Франции в основном те же, что и в других европейских странах, но есть одно важное правило: одежда должна быть высокого качества и из натурального, а не синтетического материала.

Япония

Деловая этика японских бизнесменов существенно отличается от правил и норм делового мира Запада.

Прежде всего не похож на западный подход японцев к установлению деловых контактов. Они предпочитают не письма и телефонные звонки, а личные контакты, но не прямые, а через посредника - хорошо известного обеим сторонам японского бизнесмена либо хорошо зарекомендовавшего себя отечественного предпринимателя или организацию. При этом посредник должен быть вознагражден материально или встречной услугой.

Знакомство с представителем японского бизнеса начинается с обязательного обмена визитными карточками. Если в ответ на протянутую визитную карточку вы не предложите свою, это может озадачить и даже оскорбить японского бизнесмена.

Японцы придают важное значение тому, чтобы общение велось между людьми, имеющими приблизительно равное положение в деловом мире или обществе. Официальное общение с нижестоящими согласно представлениям традиционной морали чревато «потерей собственного лица». Поэтому японцы с первой же встречи выясняют, соответствуют ли уровни представительств участников переговоров. Несоответствие уровней хотя бы на одну ступень означает для японцев, что сторона, нарушившая этикет, не котируется в деловом мире или выступает в роли просителя. В связи с этим необходимо заранее узнать уровень представительства японской стороны и постараться обеспечить такой же уровень, а если это не удастся ограничиться кратким протокольным визитом.

При встречах с руководством фирмы и переговорах необходимо быть пунктуальными: японцы болезненно относятся к опозданиям, какими бы причинами они ни были вызваны. Если вы не можете прибыть вовремя, обязательно предупредите об этом японскую сторону, а продолжительность встречи сократите на время опоздания, так как у партнера по встрече могут быть другие дела.

Избегайте рукопожатий при встрече с японцами - они предпочитают поклон.

В традициях деловых людей Японии внимательно выслушать точку зрения собеседника до конца, не перебивая и не делая никаких замечаний. Представитель японской стороны на переговорах может кивать во время беседы. Но это совсем не означает, что он согласен с вами, а только то, что он понял вас.

Следует знать и еще об одной особенности японского бизнеса. Японский предприниматель стремится к реализации продукции и получению прибыли так же, как его американские и европейские коллеги, но в отличие от них он старается привнести в деловые отношения дух гармонии, установить между партнерами человеческие отношения. Поэтому в деловом мире Японии распространены неформальные отношения, основанные на личном знакомстве. Желание сохранить гармонию в отношениях с партнерами считается добродетелью. Японские бизнесмены избегают конфликтных ситуаций, пытаясь прийти к разумному компромиссу. Сторона, которая пошла на уступки в каком-то вопросе, по традиции может рассчитывать на преимущество при решении другого вопроса. При кадровых изменениях в японских фирмах всем, имеющим с ними контакты, посылаются уведомления об этом. Нередко бизнесмен, переходящий на другую должность, лично знакомит тех, с кем установлены тесные деловые отношения, с новым сотрудником, назначенным на его пост, и высказывает пожелания, чтобы и дальнейшие контакты были не менее плодотворными.

Отечественным предпринимателям следует поучиться у своих японских коллег этой норме деловой этики.

Прежде чем отправиться в Японию, необходимо получше узнать национальные обычаи.

Будьте максимально вежливы, поскольку сами японцы очень вежливы и высоко ценят такое же обращение к ним самим. Впрочем, следует соблюдать меру, говоря комплименты, иначе японцы сочтут вас неискренним. Больше делайте упор на факты и точные доводы.

Не теряйте самообладания, не горячитесь в присутствии японских партнеров. Даже если вас довели до белого каления, оставайтесь спокойным и улыбайтесь, пока можете. Нет сил улыбаться - держите себя в руках и не допускайте воинственных действий и слов. Не оказывайте сильного давления на японского партнера, принуждая его к конкретным действиям, - он может замкнуться, и потребуется вдвое больше времени, чтобы довести дело до успешного конца, убедить его пойти на компромисс.

Учтите, что о многих иностранцах японцы судят по определенному стереотипу, сформулированному литературой и прессой. Например, по отношению к американцам сложился определенный негативный стереотип (эгоист, жесткий, безжалостный), поэтому перед началом переговоров американский бизнесмен должен стремиться к «размыванию» такого образа, чтобы улучшить конкурентные позиции в глазах партнера. Показывайте, что вы доброжелательны, практичны, искренни, отзывчивы, общительны, - эти черты особенно симпатичны японцу, ибо нередко именно их ему не хватает. Совет прост: не разочаровывайте собеседника.

Научитесь хоть немного говорить по-японски, и ваши партнеры высоко оценят ваше усердие и стремление понять их культуру.

Китай

Китайские бизнесмены никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов и последствий предполагаемых сделок; кроме того, по важным вопросам решения принимаются коллегиально, с многочисленными согласованиями на всех уровнях, что требует немало времени.

Если вы хотите сберечь свое время и сократить сроки проработки вашего предложения, направьте его подробное и конкретное описание за 3-4 недели до командировки в Китай. Если ваше предложение будет недостаточно конкретным, китайцы составят соглашение о намерениях, которое не всегда реализуется в контракт.

В Китае придают важное значение налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях - не обижайтесь, это искренний интерес к вам. Вас радушно пригласят в гости или в ресторан на обед, где подадут не менее 20 блюд. Если вы не готовы попробовать предлагаемое вам экзотическое блюдо, попытайтесь съесть хотя бы маленький кусочек. Подача супа к столу - сигнал того, что обед близится к завершению. Гость встает из-за стола первым.

Подарки лучше делать не определенному лицу, а всей организации, так как местные правила могут запрещать принимать личные подарки.

Одеваются в Китае очень просто, костюм с галстуком обязателен лишь на официальных приемах и во время визитов к высшим государственным деятелям.

Арабские страны

Немаловажным условием успеха переговоров в этих странах является соблюдение и уважение местных традиций.

Во время переговоров хозяева угощают вас кофе. Если вам подали небольшую чашечку с кофе (очень крепкий, без сахара, с большим количеством кардамона) и, выпив, вы отдали ее хозяину, он тут же снова нальет в нее кофе. Так может продолжаться до тех пор, пока вы один не опустошите кофейник. Поэтому если вы больше не хотите кофе, покачайте чашечкой из стороны в сторону или переверните ее вверх дном.

В традициях этих стран время от времени спрашивать во время деловой беседы «Как здоровье?», «Как дела?». Но это не означает, что вы должны давать подробный от-

вет. Еще большей ошибкой считается, если вы спросите о здоровье супруги и других членов семьи у человека, не слишком знакомого вам. Если вы не дружите с вашим собеседником семьями, уместно справиться лишь о его здоровье.

*Примерные темы рефератов (презентаций) (ПК-18, ПК-20)*

- Современные тенденции развития международного менеджмента и их особенности.
- Этика и социальная ответственность в системе международного менеджмента.
- Контроль в системе управления ТНК
- Региональные стратегии (стратегии локализации) продвижения международных оптово-розничных сетей на российский рынок
- Влияние международной экономической интеграции на развитие международного предпринимательства
- Содействие и поддержка государством международного предпринимательства
- Альтернативы вхождения международной компании на зарубежные рынки: меню и выбор
- Корпоративная стратегия международного бизнеса
- Современные стратегии ТНК
- Требования импортеров к приобретаемым технологиям и оборудованию
- Показатели дальнейшего расширения и углубления сотрудничества между партнерами из разных стран
- Стадии превращения национальной компании в международную
- Посредники в международной торговле: место, значение и основные типы
- Причины и технологии переноса за рубеж маркетинговой или производственной деятельности международной компании
- Задачи и проблемы экспорта российской интеллектуальной собственности
- Малое и среднее предпринимательство за рубежом: проблемы управления и регулирования
- Организационные основы функционирования совместных предприятий
- Международные стратегические альянсы как перспективная форма интернационализации деятельности российских компаний в нефтегазовом секторе
- Возможность и задачи трансфертного ценообразования для российских нефтегазодобывающих компаний

**4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.**

*Вопросы для зачета по дисциплине (ПК-18, ПК-20).*

1.Цели и виды международного бизнеса.
2. Основные виды экспорта и импорта товаров.
3. Основные виды экспорта и импорта услуг.
4. Портфельные и прямые инвестиции.
5. Международное совместное предпринимательство.
6. Особенности международной правовой среды.
7. Особенности международной экономической среды.
8. Международное предпринимательство и международный бизнес.
9. Основные факторы развития международного предпринимательства.
10.Методы интернационализации предпринимательства и степени риска.
11.Организационные формы и субъекты международного предпринимательства и бизнеса.
12.Особенности совместного предпринимательства.

13.Основные факторы, воздействующие на развитие современной среды международного предпринимательства.

14.Отрасль как группа конкурентов и пять конкурентных сил М.Портера.

15.Цепочка ценности фирмы и ее конкурентоспособность. Конкурентные стратегии фирмы.

16. Типы отраслей и формы международной конкуренции.

17.Глобальная отрасль и глобальная стратегия фирмы.

18.Конкурентное преимущество в международном соперничестве.

19.Детерминанты конкурентного преимущества стран.

20.Правительственная политика и национальное конкурентное преимущество.

21.Местоположение и его роль в глобальной конкуренции. Кластеры и конкурентные преимущества.

22. Показатели оценки общехозяйственной и рыночной конъюнктуры.

23. Инструменты, используемые для сравнения стран: индекс БЕРИ; упрощенная сетка параметров; матрицы «возможности-риск» и «привлекательность страны-конкурентоспособность компании».

24.Факторы привлекательности зарубежного рынка.

25. Составление обзора и прогноза развития рынка.

26. Источники информации и способы оценки надежности потенциального иностранного партнера.

27. Организация работы по изучению контрагентов, структура характеристик информационной карты на фирму-партнера или фирму-конкурента.

28. Оценка конкурентоспособности и финансового положения партнера.

29. Изучение международных конкурентов и предугадывание их поведения.

30. Основные виды и структура международных контрактов.

31.Таможенные режимы. Порядок осуществления экспортных и импортных операций.

32.Базисные условия поставок. Правила толкования международных торговых требований – «ИНКОТЕРМС».

33. Цены в международной торговле.

34.Способы платежа и методы международных расчетов.

35.Поручительства и гарантии в международной торговле.

36.Особенности функционирования современной валютной системы: способы установления валютного курса; валютные рынки; международные организации, регулирующие валютную деятельность стран.

37. Внутренние и внешние источники краткосрочного финансирования международной фирмы. Виды банковского финансирования.

38. Нетрадиционные методы финансирования внешней торговли: встречная торговля; международный лизинг. Факторинг и форфейтинг.

39. Долгосрочное финансирование международной фирмы. Международные инвестиционные проекты.

40.Современные формы и методы международной торговли.

41. Международные посреднические операции. Виды международных посредников. Структура и содержание посреднических соглашений.

42.Особенности международной торговли результатами интеллектуальной собственности. Виды нематериальных активов.

43. Виды лицензий. Методика расчета лицензионных платежей и международная регистрация патентов и товарных знаков.

44.Основные виды коллективных контрактов.

45.Основные теории прямых иностранных инвестиций и их практическое применение.

46.Логика принятия решения о прямом иностранном инвестировании.

47. Мотивы, обусловливающие прямое инвестирование как способ интернационализации бизнеса.

48. Факторы, влияющие на выбор способа прямого инвестирования.

49. Выбор формы и страны регистрации зарубежной фирмы.

50. Региональные формы привлечения иностранных инвестиций.

51. Оффшорная зона. Признаки и механизмы функционирования оффшорной компании.

## 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

### 5.1 Основная литература:*

Международный бизнес: учебник / Б.И. Шевченко. — Москва: КноРус, 2017. – 566 с. - Бакалавриат и магистратура. - ISBN 978-5-406-05937-1. https://www.book.ru/book/922871

Экономика и управление производством [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. - М.: Юрайт, 2018. - 191 с. - https://biblio-online.ru/book/3879FDE7-3AD1-4BD8-8920-6A6776E45C34

Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник. И.В.Шевченко, А.З.Толстова, М.Н. Поддубная, М.А. Половченко. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. 550 с.

Международный менеджмент [Текст]: учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / под ред. Е. П. Темнышовой ; гос. ун-т управления. - Москва: Юрайт, 2016. - 456 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 455-456. - ISBN 978-5-9916-2424-4 https://biblio-online.ru/book/3879FDE7-3AD1-4BD8-8920-6A6776E45C34

*Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

### 5.2 Дополнительная литература:

Теория межкультурной коммуникации [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебник и практикум для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям / под ред. Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус ; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - Москва : Юрайт, 2017. - 265 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-534-00365-9. https://biblio-online.ru/book/3879FDE7-3AD1-4BD8-8920-6A6776E45C34

Международные валютно-кредитные и финансовые отношения [Текст] : учебник и практикум : учебник для бакалавров : учебник для студентов высшего профессионального образования, обучающихся по направлениям подготовки 080200.62 "Менеджмент", 080100.62 "Экономика" (квалификация (степень) "бакалавр") / В. А. Антонов ; Гос. ун-т управления. - Москва : Юрайт, 2016. - 548 с. : ил. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-3097-9. https://biblio-online.ru/book/3879FDE7-3AD1-4BD8-8920-6A6776E45C34

### 5.3. Периодические издания:

1. Мировая экономика и международные отношения;
2. Вопросы экономики;
3. Международная жизнь;
4. Менеджмент в России и за рубежом;
5. Экономические и социальные проблемы России;

6. Экономические стратегии;
7. Экономический журнал высшей школы экономики;
8. Эксперт;
9. Экономист.

**6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

1. Всемирная торговая организация http://www.wto.org
2. Всемирный банк - http://www.worldbank.org
3. Европейский банк реконструкции и развития. Фонд поддержки малого бизнеса. - www.microcredit.ru/
4. Международный валютный фонд - http://www.imf.org/
5. Организация Объединённых наций http://www.un.org/russian/
6. Представительство Всемирного банка в Российской Федерации - http://wbln0018.worldbank.org/ECA/Rus.nsf
7. Представительство Европейского банка реконструкции и развития - www.ebrd.org/russian/index
8. Россия в системе международных отношений http://www.ln.mid.ru/bul_newsite.nsf/kartaflat/02.03
9. Статистика, персоналии, официальные сайты, иностранные представительства в России. http://www.polpred.com/info/
10. Экономический и Социальный Совет ООН http://www.un.org/russian/ecosoc/2005/
11. Европейский Союз http://www.ec.org
12. ЮНИДО http://unido.org
13. http://www.reuters.com
14. http://oecd.org
15. http://www.imemo.ru
16. http://www.ecsn.ru
17. http://www.m-economy.ru
18. http://www.globalaffairs.ru

**7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).**

Общие рекомендации по осуществлению самостоятельной работы представлены в методических указаниях, которые составлены в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по 27 и 38 УГСН. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Предназначены для студентов экономического факультета всех специальностей и направлений подготовки. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya.

Важным критерием в работе с лекционным материалом является подготовка студентов к сознательному восприятию преподаваемого материала. При подготовке студента к лекции необходимо, во-первых, психологически настроиться на эту работу, осознать необходимость ее систематического выполнения. Во-вторых, необходимо выполнение познавательно-практической деятельности накануне лекции (просматривание записей предыдущей лекции для восстановления в памяти ранее изученного материала; ознакомление с заданиями для самостоятельной работы, включенными в программу, подбор литературы).

Подготовка к лекции мобилизует студента на творческую работу, главными в которой являются умения слушать, воспринимать, записывать. Записывание лекции – твор-

ческий процесс. Запись лекции крайне важна. Это позволяет надолго сохранить основные положения лекции; способствует поддержанию внимания; способствует лучшему запоминания материала.

Для эффективной работы с лекционным материалом необходимо зафиксировать название темы, план лекции и рекомендованную литературу. После этого приступать к записи содержания лекции. В оформлении конспекта лекции важным моментом является необходимость оставлять поля, которые потребуются для последующей работы над лекционным материалом.

При подготовке к занятиям семинарского типа следует использовать всю рекомендованную литературу. Прежде всего, студенты должны уяснить предложенный план занятия, осмыслить вынесенные для обсуждения вопросы, место каждого из вопросов в раскрытии темы семинара. В процессе подготовки к семинару закрепляются и уточняются уже известные и осваиваются новые категории. Сталкиваясь в ходе подготовки с недостаточно понятными моментами темы, студенты находят ответы самостоятельно или фиксируют свои вопросы для постановки и уяснения их на самом семинаре.

На первом этапе подготовки к занятию семинарского типа следует внимательно прочитать конспект лекций, изучить лекционный материал, проблемы и вопросы, освещавшиеся на лекционных занятиях. При этом важно обратить внимание на научные категории, понятия, определения, которые использовал лектор для раскрытия содержания темы. После внимательного изучения конспекта лекций и уяснения смысла и содержания основных понятий и вопросов темы можно обращаться к научно-теоретическому изучению материала по данной теме, проблеме.

Во время занятия семинарского типа преподаватель опрашивает студентов по вопросам, заданным на данное занятие. Вопросы объявляются преподавателем на предыдущем семинарском занятии и, как правило, они коррелируются с вопросами, содержащимися в соответствующей теме учебной программы, но преподаватель вправе задать и некоторые другие вопросы, относящиеся к теме семинара и указать, на что студентам следует обратить особое внимание при подготовке к следующему занятию.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме свободной дискуссии при активном участии всех студентов. В таких случаях у каждого студента имеется возможность проявить свои познания: дополнять выступающих, не соглашаться с ними, высказывать альтернативные точки зрения и отстаивать их, поправлять выступающих, задавать им вопросы, предлагать для обсуждения новые проблемы, анализировать практику по рассматриваемому вопросу.

Подготовка реферата базируется на подборе, изучении, обобщении и анализе информации из различных источников с использованием современных технологий. Результатом данного вида работы является публичная презентация с использованием программы Power Point. Подведение итогов проводится в форме дискуссии, позволяющей обучающимся проявить себя.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания: кейсов, тестов. Важно помнить, что решение каждой задачи или примера нужно стараться довести до конца. По нерешенным или не до конца понятым задачам и тестам обязательно проводятся консультации преподавателя.

Проведение деловой игры базируется на использовании достаточного объема фактического материала. Также основой проведения ДИ могут являться специальная литература, а также данные, характеризующие финансово-хозяйственную деятельность предприятий.

Перед проведением необходимо самостоятельно проработать соответствующие разделы рекомендуемой литературы. ДИ проводится и представляется для обсуждения в виде дискуссии на семинарском занятии, при этом студенты объединяются в команды.

Семинар как развивающая, активная форма учебного процесса способствует выработке самостоятельного мышления студента, формированию информационной культуры, развитию профессиональных навыков.

Самостоятельная работа проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области.

Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к практическим занятиям, подготовку докладов-презентаций, подготовка к тестированию и решению задач, выполнению расчетно-графического задания, подготовку к текущему контролю.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на те вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы.

В ходе самоподготовки к семинарским занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования.

Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на практических (семинарских) занятиях.

Важнейшим элементом самостоятельной работы является подготовка к тестированию. Этот вид самостоятельной работы позволяет углубить теоретические знания и расширить практический опыт студента. Тестирование является инструментом проверки знания в изучаемой области. При подготовке к решению тестов необходимо проработать основные категория и понятия дисциплины, обратить внимание на ключевые вопросы темы.

Подготовка реферата – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

Для успешного освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## 8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

### 8.1 Перечень необходимого программного обеспечения.

При изучении дисциплины «Практикум по международному менеджменту» используется следующее программное обеспечение: Программа Excel, Power Point, Microsoft Office.

### 8.2. Перечень необходимого программного обеспечения

Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 с выходом в Интернет.

### 8.3. Перечень информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)/

**9.Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

| № | Вид работ | Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность |
|---|---|---|
| 1. | Занятия лекционного типа | Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016).<br>Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л |
| 2. | Занятия семинарского типа | Аудитории А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, а также аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016).<br>Ауд., 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н |
| 3. | Групповые и индивидуальные консультации | Кафедра (ауд. 236), ауд. А208Н |
| 4. | Текущий контроль, промежуточная аттестация | Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016).<br>Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н |
| 5. | Самостоятельная работа | Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета<br>Ауд.213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н |

## 10. Перечень необходимых информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:

1. **Консультант Плюс - справочная правовая система http://www.consultant.ru;**
2. **База данных международных индексов научного цитирования Web of Science (WoS) http://webofscience.com/;**
3. **База данных рефератов и цитирования Scopus http://www.scopus.com/;**
4. **Базы данных компании «Ист Вью» http://dlib.eastview.com;**
5. **База открытых данных Росстата http://www.gks.ru/opendata/dataset;**