

# МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной и методической  
работе

В.Г. Шубаева

« 25 » июня 2022 г.

## Международный бизнес

### Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ Специальность 38.03.01\*Экономика

Направленность (профиль) программы/ Специализация Мировая экономика и международные рынки

Уровень высшего образования Бакалавриат

Форма обучения очная

Год набора 2022

Составитель(и):

к.э.н, Солодкина Наталья Алексеевна  
д.э.н, Евдокимов Александр Иванович

Часов по учебному плану	180	<b>Виды контроля в семестрах:</b>  Экзамен: семестр 6 Курсовая работа: семестр 6
в том числе:		
контактная работа	84	
самостоятельная работа	60	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

#### Распределение часов дисциплины:

Семестр:	6
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	36
Практические занятия	48
Лабораторные работы	0
<b>Итого аудиторных часов</b>	<b>84</b>
Самостоятельная работа	60
Часы на контроль	36
<b>Итого академических часов</b>	<b>180</b>
<b>Общая трудоемкость в зачетных единицах</b>	<b>5</b>

Санкт-Петербург  
2022

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* .....</b>	<b>4</b>
<b>5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>8</b>
<b>5.1 Рекомендуемая литература .....</b>	<b>8</b>
<b>5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в     т.ч. отечественного производства .....</b>	<b>9</b>
<b>5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных     профессиональных баз данных (СПБД).....</b>	<b>9</b>
<b>6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>9</b>
<b>7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>11</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....</b>	<b>12</b>
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Темы письменных работ.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 Контрольные точки .....</b>	<b>17</b>
<b>1.4 Другие объекты оценивания .....</b>	<b>17</b>
<b>1.5 Самостоятельная работа обучающегося .....</b>	<b>17</b>
<b>1.6 Шкала оценивания результата .....</b>	<b>17</b>

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Цель:</b>	<p>Дать студентам теоретические знания о процессе глобализации мировой экономики, раскрыть теоретические и методологические основы стратегического оперирования в глобализирующемся мире, проследить направленность трансформации субъектов мировой экономики и выход российских фирм и банковских структур на новые рубежи глобального взаимодействия, на развитие международного предпринимательства и сотрудничества на основе теории и практики международного маркетинга и международного менеджмента.</p>
--------------	---

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Международный бизнес относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен подготавливать, организовывать и участвовать в реализации управленческих решений в сфере внешнеэкономической деятельности предприятий и организаций	ПК-3.1 - Осуществляет поиск и анализ информации о потенциальных конкурентах и партнерах предприятий и организаций на внешних рынках	<p>Знать: теоретико-методологические подходы к исследованию современного состояния и тенденций развития международного бизнеса, а также методы анализа финансовой, бухгалтерской и иной информации.</p> <p>Уметь: оценивать влияние внешнеэкономических показателей на экономику предприятия, анализировать политические, экономические и социокультурные риски при выходе фирмы на зарубежные рынки. практическими навыками расчета и анализа основных экономических показателей развития международных компаний с точки зрения их участия в глобальной экономике и ее отраслях, а также методиками прогнозирования концептуального развития интернациональной деятельности хозяйствующих субъектов..</p> <p>Владеть: практическими навыками расчета и анализа основных экономических показателей развития международных компаний с точки зрения их участия в глобальной экономике и ее отраслях, а также методиками прогнозирования концептуального развития интернациональной деятельности хозяйствующих субъектов..</p>
ПК-4 - Способен	ПК-4.1 - Применяет	Знать: источники необходимой информации и сбора

критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	методы и инструменты оценки управленческих решений по реализации внешнеэкономической деятельности организации	<p>данных и методы работы с источниками информации, а также принципы ведения международной торговли и роль анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия в управлении деятельностью предприятий.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для решения поставленных задач и составления аналитического отчета (или обзора), использовать полученные знания для систематизации данных о финансово-хозяйственной деятельности организации, использовать данные методы для анализа внешних и внутренних рынков сбыта в целях определения эффективного выхода на внешний рынок..</p> <p>Владеть: методиками по поставке цели исследования и проведению необходимых расчетов, методиками по сбору информации об отечественных и зарубежных исследованиях по заданной теме; методиками по подготовке информационных обзоров и аналитических отчетов, методиками по работе с информацией в глобальных компьютерных сетях. Владеть методами сбора и обработки отечественных и зарубежных источников информации, необходимых для эффективного ведения фирмой международной предпринимательской деятельности и способностью подготовки соответствующего аналитического отчета..</p>
---	---	--

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Глобализация международного бизнеса и участие России в этом процессе.	Интернационализация и глобализация мировой экономики, характеризуется как результат и перспектива развития человеческой цивилизации. Глобализация рассматривается как новый этап в хозяйственно-технологическом и информационно-культурном сближении стран и народов. Формирование мировых рынков капитала, рабочей силы, единого научно-информационного пространства и международного производства. Либерализация в сферах международного движения товара, капитала и рабочей силы. Анализируются факторы самоизоляции и факторы участия России в этих процессах в условиях санкций, принятых	4	4		6

	Западом в отношении нашей страны. Характеристика типичных сценариев будущего международного сообщества под углом зрения функционирования международного бизнеса.				
Тема 2. Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация менеджмента.	Концепции интернационализации бизнеса. В рамках концепции маркетинга взаимоотношений происходит переход от модели в сфере сбыта средств производства с 4 «ПИ» (product, price, place, promotion) на 3R (recruitment, rotation, recovery). Макро - и микроэкономические факторы мотивации выхода на внешний рынок. Основные причины интернационализации компании: географическое положение компании, издержки производства, неравномерность технологического развития историческая рациональная специализация. Модели интернационализации бизнеса, градиенты интернационализации фирмы.	4	6		6
Тема 3. Международный маркетинг - микс и окружающая среда международного бизнеса.	Маркетинг – микс (ММ) и его компоненты (товар, цена, позиционирование, продвижение). Взаимосвязь компонентов маркетинг - микса. Три подхода к стандартизации ММ при выходе на внешние рынки Гетерогенность совокупности локальных целевых рынков – объективная основа для модификации международного маркетинг - микса. Итеративная модель модификации международного маркетинг - микса в описании Гейла Анализ конкуренции и конкурентов, В сфере сбыта средств производства происходит Переход от классической модели с 4 «ПИ» к модели 3R в сфере сбыта средств производства. Понятие окружающей среды в международном бизнесе. Сложность анализа и необходимость выделения сечений: экономическое, политико-правовое и социокультурное. Обзор концептуальных подходов к анализу окружающей среды. Диалектика международного предпринимательства и его окружающей среды.	4	4		6
Тема 4. Товары и товарная политика в системе международного бизнеса.	Классификация товаров в абстрактном пространстве «субстанция назначение – рынок». Глобальные товары и ниши. Товарная диффузия на мировом рынке. Дилемма стандартизации и адаптации товара на локальных целевых рынках. Тема ориентирует студентов на восприятие трехкомпонентной модели товара. Упаковка и маркировка товаров в контексте окружающей среды. Торговая марка, марочное название: маркировка, значение и защита от пиратства. Международная конвенция по защите промышленной собственности. Мадридское соглашение по защите международной регистрации марок. Договор о регистрации торговых марок. Допродажное и послепродажное обслуживание. Стратегии международной торговли и факторы, влияющие на них.	4	4		6
Тема 5. Ценовая политика в международном	В теме рассматриваются основные факторы и специфика ценообразования на мировом рынке. Источники и способы определения цены предложения. Государственное регулирование цен	4	4		6

бизнесе.	на внешнем рынке. Регулирование цен в экономических союзах и сообществах. Трансфертное ценообразование. Различные способы ориентации при установлении экспортной цены (на конкурентов, издержки, рыночный спрос). Основные методы и стратегии ценообразования. Основные виды внешнеторговых цен.				
Тема 6. Модели международного бизнеса (формы выхода «проникновения» фирмы на внешний рынок).	В теме рассматриваются формы выхода на внешний рынок через товары, услуги, результаты интеллектуальной собственности, в самых разнообразных формах. Фирма может осуществлять производство товаров в своей стране, а затем их экспортировать и/или импортировать-экспортно-импортная модель международного бизнеса. Каналы распределения (дистрибуции) как одна из форм коммуникаций в международном бизнесе. Межстрановые каналы распределения. Принципы выбора и основные характеристики каналов товародвижения. Косвенный и прямой экспорт. Арендная модель, лизинг. Лицензионная модель МБ. Международный технологический обмен. Франчайзинг. Специализированные способы проникновения в международном бизнесе: аутсорсинг, аутстаффинг, инжиниринг, контрактное производство, управленческий контракт, строительство объектов под ключ в международном бизнесе. Инвестиционная модель международного бизнеса. Прямые иностранные инвестиции. Международная промышленная кооперация и совместное предпринимательство. Стратегические альянсы как разновидность ведения совместного бизнеса. Преимущества и недостатки каждой модели ведения международного бизнеса. Методы и способы проникновения российских компаний на зарубежные рынки.	4	6		6
Тема 7. Ценовая политика в международном бизнесе.	Рассматриваются особенности создания рекламных посланий и выработки слоганов; роль языка, а также знания местных бытовых и литературных традиций, систем символов, звуков и жестов, отличительных черт цветового восприятия. Изучаются ограничения на рекламу (по содержанию, времени применения, носителям). Проблемы перевода. Критерии выбора рекламного агентств. Процесс смещения маркетинговых средств коммуникации с прямых методов воздействия на покупателя на не прямые, «бэтлизация» маркетинговых коммуникаций). Профилирующие средства продвижения: персональные продажи, международные выставки и ярмарки, «паблик рилейшнз». Устойчивая тенденция стирания границ между всеми элементами маркетинговых коммуникаций, т.е. между ATL и BTL, привело к зарождению комбинированной технологии TTL- коммуникации. Особенности рекламного рынка в России.	4	2		6
Тема 8. Роль международных компаний в	Понятие международной компании (МК), их классификация. Показатели транснационализации фирм и национальных экономик. Теории процесса	2	2		4

процессе глобализации бизнеса.	транснационализации и интернализации (Р.Вернонен, С.Хайлер, А.Рагмен). Формы управления родительских фирм своими зарубежными филиалами и особенности трансфертного ценообразования. Участие России в процесс транснационализации мировой экономики.				
Тема 9. Организация и управление в международном бизнесе.	Принципы и факторы организации МБ. Этапы и основные типы формирования организационных структур управления МБ В этой теме выявляются основные признаки «международности» компании. Определение международной компании. Классификация С. Маджаро: макропирамида, зонтик, интергломерат. Альтернатива централизации и автономизации управления; коллизии материнской и дочерних компаний. Классификация среднего и международного бизнеса: по Бруку, по Уильямсону. Базисные классификационные критерии в применении к международным компаниям. Основные участники международного предпринимательства и базисные организационные модели международных компаний.	2	6		4
Тема 10. Международные стратегии развития бизнеса.	Определены методические подходы к классификации маркетинговых стратегий: географическая и товарно-рыночная детерминированность. Измерения континуума маркетинговых стратегий: внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные. Анализируются сравнительные стратегические возможности важнейших типов конкурентов: локальных, многонациональных и глобальных компаний. Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, кооперационные, инновационные, имитационные. Глобальные сегменты и глобальные ниши в современной экономике.	2	6		4
Тема 11. Международные бизнес - исследования.	Знание внешнего рынка - неперенное условие успешной внешнеэкономической деятельности любой фирмы Сущность и этапы проведения международных бизнес – исследований. Структура маркетинговых исследований. Кабинетные маркетинговые исследования и источники информации. Вторичная информация: общие источники (периодика и другие средства массовой информации). Специальные справочники (отраслевые, национальные, международные). Международные агентства, правительственные источники, консалтинговые компании, банки. Основные критерии выбора зарубежного целевого рынка. Анализ конкурентоспособности на внешнем рынке (доступность, норма прибыли, емкость) Анализ конкуренции и конкурентов (Бенчмаркинг). Полевые исследования. Методы исследования: интервью, целевые группы, наблюдения, опросы и эксперименты, каждый из них предлагает различный охват информации и имеет свои преимущества и недостатки.	2	4		6

<b>Контроль:</b>				<b>36</b>
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>36</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>60</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Международный бизнес. Теория и практика : учебник / [А.И.Погорлецкий и др.] ; под ред. А.И. Погорлецкого, С.Ф.Сутырина .— Москва : Юрайт, 2019 .— 733 с. – Имеются другие года издания. – Сведения доступны также по Интернету: ЭБС Юрайт.	<a href="https://www.ura.it.ru/bcode/426103">https://www.ura.it.ru/bcode/426103</a>
Михалкин В.А. Международный бизнес : учебное пособие. — Электрон. дан. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.	<a href="https://znanium.com/catalog/document?pid=538869">https://znanium.com/catalog/document?pid=538869</a>
Пивоваров С.Э. Международный менеджмент : учебник / С.Э.Пивоваров, И.А.Максимцев, Л.С.Тарасевич .— 5-е изд. — Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013 .— 711 с. – Сведения доступны также по Интернету: ЭБС Айбукс.	<a href="https://ibooks.ru/bookshelf/isbn_978-5-496-00691-0/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/isbn_978-5-496-00691-0/reading</a>
Шимко П.Д. Экономика транснациональной компании : учебник и практикум / П.Д.Шимко, Д.П.Шимко .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019 .— 339 с. – Имеются другие года издания. — Сведения доступны также по Интернету: ЭБС Юрайт .	<a href="https://www.ura.it.ru/bcode/433250">https://www.ura.it.ru/bcode/433250</a>
Международный бизнес : (учебное пособие) / [А.И.Евдокимов и др.] ; под ред. А.И.Евдокимова и Т.В.Твердохлебовой ; Министерство образования и науки РФ, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Сибирский федеральный ун-т. Красноярск : [б. и.], 2015 ; Санкт-Петербург : [б. и.]. 150 с. ISBN 978-5-9906746-3-9.	<a href="https://lib.unecon.ru/pwb/deta...;id=ru%5C19013655%5Ctest%5C614">https://lib.unecon.ru/pwb/deta...;id=ru%5C19013655%5Ctest%5C614</a>
Шевченко Б.И. Международный бизнес (учебник)- М.:Кнорус.2021.-566 с.	<a href="https://e.lanbook.com/search?q...родный%20бизнес%20">https://e.lanbook.com/search?q...родный%20бизнес%20</a>
Международные валютно-кредитные отношения : учебник и практикум для академического	<a href="https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41249646">https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41249646</a>



## 5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- ОС Альт образование 10

## 5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
12.	Электронная библиотека СПБГЭУ – <a href="http://opac.unicon.ru">opac.unicon.ru</a>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и

индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 3062 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 130 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол м/м - 1 шт., доска меловая (3-х секционная) - 2 шт., кафедра - 1 шт., стол - 1 шт., жалюзи - 3 шт., стул - 3 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/500/4/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX500 - 1 шт., Акустическая система APART MASK6T-W - 4 шт., Микшер-усилитель JDM TA-1120 - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Chapion SCM-4808MW 4:3 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»
Ауд. 2070 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 54 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска маркерная - 1 шт., кафедра - 1 шт., стол - 1 шт., стул - 1 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/500/4/Acer V193 19" - 1 шт., Интерактивный проектор Epson-EB-455Wi - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»
Ауд. 2023 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 48 посадочных мест, рабочее место преподавателя (компьютерный стол - 1 шт.), доска маркерная на колесиках - 1 шт., доска маркерная 3-х секционная - 1 шт., кафедра - 1 шт., стол - 1 шт., стул изо - 7 шт., стул -1 шт., жалюзи -3 шт., Компьютер i5-8400/8GB/500GB_SSD/Viewsonic VA2410-mh -34 шт., Коммутатор Cisco Catalyst 2960-48PST-L (в т.ч. Сервисный контракт SmartNet CON-SNT-2964STL) - 1 шт., Точка беспроводного доступа Wi-Fi Тип1 UBIQUITI UAP-AC-PRO - 1 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт., Коммутатор локальной вычислительной сети (48 портов) Cisco WS-C2960+48PST-L - 1 шт., Коммутатор ProCurve Switch 2626 - 1 шт., Компьютер Intel pentium x2 g3250 /500gb/монитор philips 21.5" - 1 шт., IP видекамера Ubiquiti - 1 шт., Беспроводная точка доступа/UNI FI AP PRO/Ubiquiti - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»
Ауд. 2020 Компьютерный класс (для проведения практических занятий,	191023, г. Санкт-

<p>курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 25 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска маркерная на колесиках 2 шт., стол 1шт., стул 6шт., жалюзи 2шт., вешалка стойка 2шт. Компьютер Intel I5-7400/16Gb/1Tb/ видеокарта NVIDIA GeForce GT 710/Монитор DELL S2218H - 25 шт., Шкаф телекоммуникационный настенный ЦМО ШРН-Э-6.650 - 1 шт., Коммутатор ProCurve Switch 2626 - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран подпружинен.ручной MW Cinerollo 200x200см (S/N) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»</p>
--	--

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;

- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с

ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации**

- 1 Основные черты и направления глобализации международного бизнеса.
- 2 Экономическое сечение окружающей среды международного бизнеса.
- 3 Социокультурное сечение окружающей среды международного бизнеса.
- 4 Политико-правовое сечение окружающей среды международного бизнеса.
- 5 Международные стратегии развития бизнеса.
- 6 Модификация маркетинг-микса при выходе фирмы на зарубежные рынки.
- 7 Товарная политика в международном бизнесе.
- 8 Институционально-конкурсный метод ведения международного бизнеса.
- 9 Основные направления адаптации товара на внешнем рынке.
- 10 Международная марка и бренд.
- 11 Политика распределения в международном бизнесе. Понятия «ширина» и «глубина» канала распределения.
- 12 Функции, значение и формы, преимущества и недостатки посредничества: международный аспект.
- 13 Модели международного бизнеса (формы «проникновения» фирмы на внешний рынок).
- 14 Этапы и тенденции развития рекламного рынка в России.
- 15 Международные аспекты упаковки и маркировки экспортного товара.
- 16 Основные факторы и специфика ценообразования в МБ.
- 17 Сущность и этапы проведения международных бизнес - исследований.
- 18 Основные методы и стратегии ценообразования в МБ.
- 19 Основные виды внешнеторговых цен.
- 20 Государственное регулирование внешнеторговых и внутренних цен в отдельных странах.
- 21 Реклама и ее роль в международном бизнесе.
- 22 Критерии и специфика выбора рекламного агентства.
- 23 Стимулирование сбыта и «паблик рилейшнз».
- 24 Классификация носителей рекламы и проблема выбора носителя рекламы.
- 25 Коммуникативная политика в международном бизнесе.
- 26 Передача технологии как форма выхода на внешний рынок.
- 27 Выставки и ярмарки в МБ.
- 28 Инвестиционная модель МБ и режимы инвестирования.
- 29 Факторы самоизоляции и глобализации российской экономики в условиях санкций, принятых Западом в отношении России.
- 30 Глобализация рынков и товаров.
- 31 Франчайзинг как форма торговли технологией.
- 32 Понятие товара и основные виды классификации товаров на мировом рынке.
- 33 Особенности создания рекламных посланий (обращений) при выходе на внешний рынок. Формула AIDA.
- 34 Кабинетные и полевые международные бизнес-исследования.
- 35 Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация.
- 36 Эволюция концепции международного бизнеса/маркетинга.
- 37 Макро- и микроэкономические факторы мотивации выхода фирмы на внешний рынок.
- 38 Критерии и классификация технологических лицензий.

- 39 Аренда-лизинговая модель МБ.
- 40 Понятие культуры и её измерение (по Ховстеду).
- 41 Специализированные формы лицензионной модели МБ: инжиниринг, контрактное производство, управленческие контракты, строительство под ключ.
- 42 Интегрированные бизнес-коммуникации («БЭТлизация» мирового рекламного рынка).
- 43 Основные типы организационных структур управления МБ.
- 44 Особенности развития мирового рынка объектов интеллектуальной собственности.
- 45 Международный маркетинг-микс: понятие, краткая характеристика каждой составляющей формулы.
- 46 Роль международных компаний в процессе глобализации бизнеса.
- 47 Участие России в процессе транснационализации МБ.
- 48 Экспортно-импортная модель МБ.
- 49 Аутсорсинг и аутстаффинг.
- 50 Основные критерии выбора зарубежного целевого рынка.

## **1.2 Темы письменных работ**

- 1 Глобализация рынков как мульти-пространственный процесс.
- 2 Основные институты и рынки международного бизнеса.
- 3 ТНК: географическая локализация производств и поддерживающая активность.
- 4 Типы ТНК и методы их операционной активности на международных рынках.
- 5 Анализ инвестиционной модели МБ.
- 6 Особенности окружающей среды международного бизнеса в США (Европейском Союзе, Японии, Латинской Америке, Азии, СНГ, России – по выбору студента) . Для конкретизации тем курсовых работ по согласованию с преподавателем выбирается одна страна или регион.
- 7 Транснационализация международного бизнеса как продукт его глобализации.
- 8 Характеристика различий глобальных альянсов и вертикальная интеграция ТНК.
- 9 Регионально-отраслевые аспекты анализа экономического сечения окружающей среды международного бизнеса.
- 10 Политическая, законодательная, экономическая и технологическая среда международного бизнеса (на практическом примере анализа среды по выбору студента).
- 11 Влияние социокультурной среды на международный бизнес.
- 12 Развитие и влияние кросс-культурной конкуренции на международный бизнес.
- 13 Международные переговоры и этика международного бизнеса.
- 14 Международные организации и усилия их роли по улучшению международной бизнес-среды (противодействие взяточничеству, коррупции и отмыванию денег).
- 15 Выбор каналов дистрибуции для международных компаний.
- 16 Анализ рисков различных способов вхождения на международные рынки.
- 17 Модификация маркетинга-микса при выходе фирмы на внешний рынок.
- 18 Экспортно–импортная модель МБ (на примере отдельных стран по выбору студента).
- 19 Возможность глобального маркетинга для малого и среднего бизнеса.
- 20 Жизненный цикл международной компании и зависимость её маркетинговых решений от его фаз.
- 21 Информационные технологии в международном бизнесе.
- 22 Характеристика рыночных стратегии ТНК на международных рынках.
- 23 Арендно-лизинговая модель МБ.
- 24 Кросс-культурные различия и эффективные международные бизнес-коммуникации.
- 25 Интернационализация бизнеса на основе национальных различий фаз жизненного

- цикла товара.
- 26 Интернет-средства в контексте международного бизнеса.
  - 27 Организационно-управленческий, технологический и финансовый аутсорсинг.
  - 28 Организационно-управленческий и технологический инжиниринг.
  - 29 Коммуникативные барьеры в развитии е-бизнеса.
  - 30 Либерализация международного бизнеса E-Commerce.
  - 31 Правовое воздействие на компоненты маркетинг-микса. Политически чувствительные товары.
  - 32 Модификация компонентов маркетинг-микса как функция значимости параметров экономического сечения окружающей среды международного бизнеса.
  - 33 Маркетинговые особенности технологической оболочки международного бизнеса.
  - 34 Коммуникационные и информационные системы как основа глобальной интеграции международного бизнеса.
  - 35 Стратегические направления организации международного бизнеса: полицентризм, этноцентризм, региоцентризм, геоцентризм.
  - 36 Выведение новых (инновационных) товаров на глобальный рынок (товар – по выбору студента).
  - 37 Сравнительная характеристика финансирования международных торговых операций крупного, среднего и малого бизнеса.
  - 38 Эволюция концепций международного бизнеса.
  - 39 Товарная политика в международном бизнесе.
  - 40 Основные направления адаптации товара на внешнем рынке.
  - 41 Международные стандарты упаковки и маркировки экспортного товара.
  - 42 Международные торговые марки и бренды.
  - 43 Функции, значение и формы международного посредничества.
  - 44 Ценовая политика в международном бизнесе.
  - 45 Трансфертное ценообразование в системе МБ..
  - 46 Реклама и ее роль в международном бизнесе.
  - 47 Стимулирование сбыта и «PR».
  - 48 Политика продвижения в международном бизнесе.
  - 49 Роль ярмарок и выставок в продвижении товаров на внешний рынок.
  - 50 Глобализация товаров как важнейшее направление глобализации международного бизнеса.
  - 51 Участие России в процессе транснационализации мировой экономики.
  - 52 Сущность и этапы проведения международных бизнес-исследований.
  - 53 Кабинетные маркетинговые исследования и источники информации
  - 54 Основные критерии выбора зарубежного целевого рынка.
  - 55 Анализ конкуренции на внешнем рынке, бенчмаркинг.
  - 56 Полевые исследования.
  - 57 Организация изучения международного рынка.
  - 58 Лицензионная модель МБ.
  - 59 Анализ выбора моделей ведения МБ
  - 60 Специализированные формы лицензионной модели МБ (инжиниринг, контрактное производство, управленческие контракты, строительство под ключ –по выбору студента).
  - 61 Деглобализация: кризис неолиберализма и движение к новому миропорядку.
  - 62 Роль пандемии в процессе деглобализации мировой экономики.
  - 63 Анализ этапов деглобализации мировой экономики.
  - 64 Особенности развития российской экономики в условиях деглобализации мировой экономики.



### 1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Эссе	письменно	1-3
2	Тест	с помощью технических средств и информационных систем	1-11
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-11

### 1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

### 1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Выполнение домашних заданий	1-11
Написание эссе	3,4,8
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-11
Разработка индивидуальных/ групповых проектов	1
Подготовка сообщений, докладов	1,3-8
Работа с аналитическими базами данных, нормативными документами, справочной литературой	1-11
Курсовое проектирование	1-11
Подготовка к экзамену	1-11

### 1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<=54	неудовлетворительно

55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
$\geq 85$	отлично

### Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.