

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»


Кафедра №83

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

д.ю.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)



В.В. Цмай

(подпись)

«17» мая 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Международное предпринимательство»

(Название дисциплины)

Код направления	38.05.02
Наименование направления/ специальности	Таможенное дело
Наименование направленности	Таможенные платежи
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург 2019 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

13.05.2019М.Ю. Бердина

инициалы, фамилия

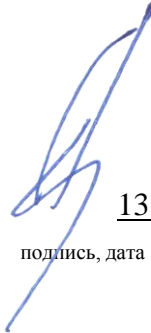
Программа одобрена на заседании кафедры № 83

«13» мая 2019 г, протокол № 6

Заведующий кафедрой № 83

д.т.н., проф.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

13.05.19

А.А. Оводенко

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.05.02(02)

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

13.05.19

Т.В. Колесникова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (факультета) № 8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

13.05.19Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Международное предпринимательство» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки обучающихся по специальности 38.05.02 «Таможенное дело» направленность «Таможенные платежи». Дисциплина реализуется кафедрой №83.

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-4 «способность понимать экономические процессы, происходящие в обществе, и анализировать тенденции развития российской и мировой экономики»,

ОПК-5 «способность анализировать потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики»;

профессиональных компетенций:

ПК-13 «умение обеспечивать в пределах своей компетенции защиту прав интеллектуальной собственности»,

ПК-17 «умение выявлять и анализировать угрозы экономической безопасности страны при осуществлении профессиональной деятельности».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с целостным профессиональным представлением о международном предпринимательстве как сложной, динамичной, саморазвивающейся системе, ее структуре, закономерностях формирования и развития, современных особенностях и ключевых проблемах на основе овладения соответствующими теоретическими знаниями и понятийным аппаратом, основными методологическими принципами и методическим инструментарием.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Получение студентами необходимых знаний и навыков работы в области международного предпринимательства, создание поддерживающей образовательной среды преподавания дисциплин внешнеэкономического цикла, а также представление возможности студентам развить и продемонстрировать навыки в области изучения среды международного предпринимательства, формировании международных деловых стратегий и выбора тактического инструментария для проведения успешной конкурентной борьбы в условиях окружающей бизнес-среды.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-4 «способность понимать экономические процессы, происходящие в обществе, и анализировать тенденции развития российской и мировой экономик»:

знать – базовую терминологию и ключевые термины, применяемые в международном предпринимательстве; основные категории, изучаемые в учебной дисциплине; основные группы решений международного предпринимательства;

уметь – применять полученные знания в процессе анализа факторов, стимулирующих компании к участию в международном предпринимательстве;

владеть навыками – трансформирования различных видов схематического представления информации в вербальные (схемы, графики, таблицы, слайды, динамический видеоряд); оформления различных видов юридических документов, имеющих отношение к международному предпринимательству;

ОПК-5 «способность анализировать потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики»:

знать – понятийный аппарат, важнейшие принципы и методы познания международного предпринимательства; основные факторы, влияющие на развитие международного предпринимательства;

уметь – анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в международном предпринимательстве, и прогнозировать возможное их развитие в будущем;

владеть – культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ПК-13 «умение обеспечивать в пределах своей компетенции защиту прав интеллектуальной собственности»:

знать – законодательство в области защиты прав интеллектуальной собственности;

уметь – обеспечивать в пределах своей компетенции защиту прав интеллектуальной собственности;

владеть навыками – оформления различных видов юридических документов, имеющих отношение к защите прав интеллектуальной собственности;

ПК-17 «умение выявлять и анализировать угрозы экономической безопасности страны при осуществлении профессиональной деятельности»:

знать – основные факторы, влияющие на развитие международного предпринимательства;
 уметь – выявлять и объяснять суть изучаемых явлений, оценивать их последствия, грамотно ориентироваться в непростых процессах развития и практики ведения международного предпринимательства и синтезировать полученные знания в прогностических и практических целях;
 владеть навыками – оформления различных видов юридических документов, имеющих отношение к международному предпринимательству.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных студентами при изучении следующих дисциплин:

- Экономическая география и регионалистика;
- Мировая экономика;
- Международные экономические отношения;
- Товарная номенклатура ВЭД;
- Ценообразование во внешней торговле.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Запреты и ограничения ВТД;
- Международные контракты.

3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	2/ 72	2/ 72
<i>Аудиторные занятия</i> , всего час., <i>В том числе</i>	51	51
лекции (Л), (час)	34	34
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
<i>Самостоятельная работа</i> , всего	21	21
Вид промежуточного контроля: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Зачет	Зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Раздел 1. Глобализация МЭО	8	4			7
Раздел 2. Окружающая среда международного предпринимательства	12	6			7
Раздел 3. Теория и практика интернационализации предпринимательства	14	7			7
Итого в семестре:	34	17			21
Итого:	34	17	0	0	21

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

Название темы	Содержание тем лекционных занятий
Тема 1.1. Глобализация мировой экономики и международное предпринимательство	<p>Цели и задачи курса; взаимосвязь с другими дисциплинами внешнеэкономического цикла Место и соотношение категорий «международная торговля», «международный маркетинг», «международный менеджмент» и «международное предпринимательство».</p> <p>Интернационализация и глобализация мировой экономики как результат и перспектива развития человеческой цивилизации. Глобализация 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. Движущие силы и противодействие глобализации. Система необходимых и достаточных условий глобализации бизнеса.</p> <p><i>Web</i>-среда как одно из достаточных условий, а также виртуальная и материальная база глобализации. Развитие сети Интернет как один из результатов и условий глобализации мировой экономики. Становление <i>e</i>-экономики как новой стадии развития глобальных коммерческих отношений.</p> <p>Типичные сценарии развития будущего международного сообщества под углом зрения функционирования международного предпринимательства.</p>
Тема 1.2. Международное предпринимательство в современной России	<p>Государственная монополия на ВЭД в СССР и ее последствия: отсутствие необходимого опыта, квалифицированных управленческих кадров, знания зарубежных рынков. «Колониальная» структура экспорта современной России, унаследованная от СССР. Зависимость российского бюджета от движения цен на мировых рынках сырья, наличие необходимого импорта и проблема экономической безопасности России.</p>

	<p>Мотивы участия компаний и государства в ВЭД. Внешнеэкономическая деятельность на постсоветском пространстве как важнейшее средство реинтеграции экспорта российского капитала в страны СНГ. Государственное регулирование: назначение и основные инструменты государственного регулирования в современной России. Избирательный характер таможенного законодательства, двусторонние и многосторонние экономические отношения России с зарубежными странами и развитие внешнеэкономической деятельности в России. Проблемы последствия вступления России в ВТО. Исторические предпосылки возникновения корпораций в России. Прямые зарубежные инвестиции в России и проблема защиты российского производителя.</p>
<p>Тема 1.3. Международная компания: понятие, типы компаний и перспективы эволюции</p>	<p>Основные признаки «международности» компании. Определение международной компании. Базисные классификационные критерии в применении к международным компаниям.</p> <p>Основные участники международного предпринимательства и базисные организационные модели международных компаний. Международные торговые компании. Международные производственные компании. Международные сервисные компании. E-компании – новый субъект и пользователь международного бизнеса.</p>
<p>Тема 2.1. Глобальная бизнес-среда: концепция, структура и содержание</p>	<p>Окружающая среда международного предпринимательства. Глобальная маркетинговая среда (ГМС) как основной многомерный объект глобализации экономики. Принципы образования среды международного предпринимательства. Макросреда и ее аналитические сечения: социокультурное, политико-правовое и экономическое. Микросреда: внутренняя оболочка компании, три измерения микросреды – материальные ресурсы, финансовые ресурсы, интеллектуальные ресурсы.</p>
<p>Тема 2.2. Социокультурные факторы международного предпринимательства</p>	<p>Культура как определяющий фактор покупательского поведения. Социокультурная сегментация целевого рынка. Атрибуты товара в национальной социокультурной среде: дизайн, брэнд-неймы, цвета, размеры. Систематизация соотношения социокультурных и маркетинговых переменных. Практика и поведение в бизнесе: этика бизнеса, манеры ведения бизнеса, переговоры и разрешение споров, отношения работодатель-работник. Маркетинговая значимость отдельных параметров социокультурного сечения окружающей среды.</p>
<p>Тема 2.3. Политико-правовые факторы международного предпринимательства</p>	<p>Правовое воздействие на компоненты маркетинг-микса. Вопрос юрисдикции международных экономических операций. Формальное закрепление отношений Сторон и установление способов разрешения возможных споров и разногласий. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности: валютный контроль, ограничения на импорт, экспортный контроль, налоговая политика, контроль цен.</p> <p>Особенности организации трудовых отношений для иностранного капитала. Государственная политика в отношении иностранных инвестиций. Национальное антимонопольное законодательство.</p> <p>Подготовительные действия компании при вхождении в политико-правовое пространство нового зарубежного рынка. Воздействие международных организаций и их правовой деятельности на международное предпринимательство</p>
<p>Тема 2.4. Экономические факторы международного предпринимательства</p>	<p>Относительный «вес» трех маркетинговых сечений для принятия решений о развитии интернационализации компании. Экономические классификационные критерии потенциальных рынков. Сравнительные уровни экономического развития: классификация «пяти миров». Процедура экономической оценки потенциальных рынков: статистическое кластирование, стратегическое кластирование, анализ товарных рынков, отраслевой анализ (конкуренты, посредники, поставщики, рабочая сила). Модификация компонент маркетинг-микса как функция значимости параметров экономического сечения окружающей среды.</p>

Тема 3.1. Концептуальные и практические основы изучения среды международного предпринимательства-	Методы изучения среды международного бизнеса и «Досье на национальный рынок». Маркетинговая значимость и избыточность энвайронментальной информации. Международный SWOT-анализ и маска МММ. Задачи маркетингового исследования. Инвариантность техники международных маркетинговых исследований. Количественные и качественные исследования.
Тема 3.2. Стратегические решения в международном предпринимательстве	Стратегия в контексте экономики. Определение международной маркетинговой стратегии. Методический подход к классификации маркетинговых стратегий: географическая и товарно-рыночная детерминированность. Измерения континуума маркетинговых стратегий: внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные. Международные финансовые корпоративные стратегии: маркетинговый аспект прямых зарубежных аквизиций. Цели и задачи международных слияний и поглощений.
Тема 3.3. Оперативные решения по способам вхождения на зарубежные рынки	Инструментарий оперативных решений по вхождению на зарубежные рынки. Классификация форм и методов международных бизнес-операций. Методы международных бизнес-операций: прямой, косвенный, кооперативный, встречный, институционально-конкурсный, электронный. Категории форм международных бизнес-операций в зависимости от природы предмета обмена – товарная, ноу-хау, инвестиционная, арендная.
Тема 3.4. Тактические решения международной компании	Основные опционы маркетинговой тактики – закрепление, маневрирование, упреждающая атака, фланговая контратака, перегруппировка. 4P-парадигма — основной инструментарий тактических решений. Маркетинг-микс как множество конкурентных тактических решений. Логико-графическое отображение тактического маркетинга (маркетинг-микса).

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7				
1	Глобальная среда предпринимательства: концепция, структура и содержание.	Проходит в интерактивной форме, а именно работа с кейсами, групповые дискуссии, моделирование реальных ситуаций	4	1
2	Международная компания: понятие, типы компаний и перспективы эволюции.		3	2
3	Социокультурные, политико-правовые, экономические факторы международного предпринимательства.		3	2
4	Концептуальные и практические основы изучения среды международного предпринимательства.		3	3
5	Тактические решения международной компании		4	3

	в рамках маркетинговой 4Р-парадигмы.		
Всего:		17	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено			

4.5. Курсовое проектирование (работа)

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Самостоятельная работа, всего	21	21
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	15	15
Подготовка к текущему контролю (ТК)	6	6

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 8-10.

6. Перечень основной и дополнительной литературы

6.1. Основная литература

Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Мировая экономика и международные экономические отношения : практикум / под ред. В.К. Поспелова. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018	

	http://znanium.com/catalog/product/926578	
	Международный бизнес: Учебное пособие / В.А. Михалкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=501874	
	Международный бизнес: Учебное пособие / В.К. Поспелов, Н.Н. Котляров, Н.В. Лукьянович, Е.Б. Стародубцева; Под ред. В.К. Поспелова. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=443413	
	Мировая экономика и международный бизнес. Практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2015. https://e.lanbook.com/book/53481#book_name	
	Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес: учебное пособие / Н. К. Моисеева. - Москва: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2019 https://znanium.com/catalog/document?id=354913	
	Организация и формы международного бизнеса: Учебное пособие / Михалкин В. А. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492918	

6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка/ URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Бизнес-инкубаторы и предпринимательство: Монография / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=442121	
	Губин, Е. П. Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / Губин Е.П., Лахно П.Г., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2018 https://znanium.com/catalog/document?id=301868	
	Экономическая статистика: учебник / под ред. Ю.Н. Иванова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2018 https://znanium.com/catalog/document?id=309202	
	Бухалков, М. И. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019 https://znanium.com/catalog/document?id=359348	
	Матусевич, А. П. Международный офшорный бизнес: Учебное пособие / Матусевич А.П. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019 https://znanium.com/catalog/document?id=329773	
	Ларионов, И. К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: Учебник для магистров / И. К. Ларионов; Под ред. докт. экон. наук, проф. И. К. Ларионова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450866	

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
www.ifc.org/	Международная финансовая корпорация (IFC)
https://www.wto.org/index.htm	Всемирная Торговая Организация (ВТО)
https://www.worldbank.org/	Всемирный Банк

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows 10, договор № 110-7 от 28.02.2019
2	Microsoft Office Standard, договор № 110-7 от 28.02.2019

8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

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

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Зачет	Тесты.

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ОПК-4 «способность понимать экономические процессы, происходящие в обществе, и анализировать тенденции развития российской и мировой экономик»	
2	Экономическая теория
3	Мировая экономика
3	Экономика таможенного дела
4	Основы внешнеэкономической деятельности
4	Экономическая безопасность
4	Международные экономические отношения
4	Таможенная статистика
6	Ценообразование во внешней торговле
7	Финансовые системы развитых и развивающихся стран
7	Международное предпринимательство
8	Международная интеграция
8	Национальная экспортная стратегия
8	Запреты и ограничения внешнеторговой деятельности
8	Таможенные платежи
9	Всемирная торговая организация и Всемирная таможенная организация
9	Экономика и политика стран постсоветского пространства
9	Международные организации
9	Экономический потенциал таможенной территории России
9	Свободные экономические зоны
10	Производственная преддипломная практика
ОПК-5 «способность анализировать потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики»	
5	Таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности
5	Бухгалтерский учет
5	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
7	Международное предпринимательство

8	Национальная экспортная стратегия
9	Финансовая инфраструктура устойчивого развития
9	Экономический потенциал таможенной территории России
10	Производственная преддипломная практика
ПК-13 «умение обеспечивать в пределах своей компетенции защиту прав интеллектуальной собственности»	
3	Гражданское право
5	Европейское право
6	Таможенное оформление товаров и транспортных средств
7	Международное предпринимательство
8	Защита интеллектуальной собственности
10	Организация таможенного дела за рубежом
10	Производственная преддипломная практика
ПК-17 «умение выявлять и анализировать угрозы экономической безопасности страны при осуществлении профессиональной деятельности»	
4	Экономическая безопасность
6	Основы информационной безопасности
7	Финансовые системы развитых и развивающихся стран
7	Международное предпринимательство
8	Взаимодействие таможенных органов и бизнеса
8	Международная интеграция
8	Национальная экспортная стратегия
9	Международные организации
9	Финансовая инфраструктура устойчивого развития
9	Экономика и политика стран постсоветского пространства
9	Свободные экономические зоны
9	Экономический потенциал таможенной территории России
9	Производственная практика научно-исследовательская работа
9	Таможенное регулирование в ЕАЭС
10	Производственная практика научно-исследовательская работа
10	Производственная преддипломная практика

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций.

Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная шкала	4-балльная шкала	

$85 \leq K \leq 100$	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой специализированных понятий.
$70 \leq K \leq 84$	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой специализированных понятий.
$55 \leq K \leq 69$	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой специализированных понятий.
$K \leq 54$	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
	Учебным планом не предусмотрено

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
	Не предусмотрено

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта
	Учебным планом не предусмотрено

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	Примерный вариант теста представлен в приложении 1

5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Почему факторы политической стабильности должны быть самыми главными критериями, которые используются для оценки привлекательности потенциальных иностранных инвестиций? 2. Означает ли увеличение мировой торговли и увеличение рисков? 3. Представьте, что вы работаете в американской компании, производящей персональные компьютеры в Таиланде и затем экспортируя их в США и другие страны. Компьютеры производятся в Таиланде, чтобы получать конкурентные преимущества в относительно низких затратах на трудовые ресурсы и квалифицированный персонал. Другие возможные места размещения такой компании – Малайзия и Гонконг. Правительство США решило наложить 100-процентные импортные пошлины на компьютеры, ввозимые из Таиланда, желая наказать страну за применение ею административных торговых барьеров, которые ограничивают американский экспорт в Таиланд. Как, по вашему мнению, следует отреагировать компании? О чем говорит вам данный пример об использовании целевых торговых барьеров? 4. Как на сельское хозяйство, промышленное производство и сектор услуг стран оказывает влияние международная торговля и инвестиции? 5. Выберите две страны с различными культурными особенностями. Сравните культуру этих стран и затем покажите, как культурные различия влияют на (а) затраты ведения бизнеса в каждой стране, (б) вероятное будущее экономическое развитие страны, (с) практику ведения бизнеса. 6. Объясните, как политическая идеология правительства принимающей страны может повлиять на проведение переговоров между правительством принимающей страны и иностранной МНК. 7. Почему для международного маркетера важно понимать историю потенциальных рынков зарубежных стран? 8. Учитывая аргументы, относящиеся к новым теориям торговли и стратегической торговой политики, какой тип торговой политики следует применять правительствам к компаниям? 9. Загрязнение воздуха, система организации и сбора отходов, нехватка ресурсов рассматриваются как первостепенная проблема для индустриализованных

- стран. Почему эти проблемы следует рассматривать в глобальном масштабе?
10. Кратко опишите основные альтернативы, которые доступны компаниям на их национальном рынке, стремящихся минимизировать политический риск, который необходимо учитывать при вхождении на зарубежный рынок.
 11. Как могут непрерывные технологические усовершенствования повлиять на мировую торговлю?
 12. Должно ли правительство предпринимать какие-либо действия против появления «серых» рынков? Являются ли «серые» рынки следствием свободной торговли?
 13. Какие элементы ценообразования можно было бы стандартизировать? Почему?
 14. Представьте, что Вы являетесь маркетинг-менеджером компании, специализирующейся на торговле продуктами питания, и которая решила войти на рынок Южной Кореи. Система розничной торговли в Южной Корее имеет тенденцию к крайней фрагментации. Кроме того, розничные и оптовые торговцы имеют долгосрочные и крепкие связи с южнокорейскими продовольственными компаниями, что делает доступ к каналам дистрибуции затруднительным. Какую бы стратегию дистрибуции вы бы предложили компании? Почему?
 15. Представьте, что Вы – маркетинг-менеджер российской компании, занимающейся производством автомобилей. Ваша компания решила войти на бразильский рынок. Генеральный директор вашей компании считает, что рекламное послание, которое является очень эффективным на территории СНГ, будет также достаточным и для бразильского рынка. Выделите и сформулируйте некоторые возможные возражения против такого заявления. Ваш генеральный директор также считает, что вопросы установления цен на бразильские автомобили должны быть в ведении локальных менеджеров. Почему он может быть неправ?
 16. Опишите сложность или привлекательность, желательность, применения стандартизованных цен на продукцию компании во всех странах, на рынках которых она представлена?
 17. Опишите обстоятельства, по которым международный маркетер может использовать стратегию ценообразования по типу «снятия сливок» и охарактеризуйте последствия, которые появятся на рынке.
 18. В течение 20 лет мы наблюдаем становление огромных глобальных рынков стандартизованных потребительских товаров. Согласны ли Вы с этим утверждением? Аргументируйте ваш ответ.
 19. Определите основные причины, почему культура страны может повлиять на затраты по ведению бизнеса в этой стране. Подкрепите ваш ответ примерами.
 20. Выделите и рассмотрите все составляющие, необходимые для адаптации, модификации элементов товара для потребительских товаров против высокотехнологичных бизнес-товаров. В чем заключаются основные различия? Почему? Приведите примеры?
 21. С учетом каких обстоятельств может оказаться целесообразным использование различных брэнд-неймов в различных странах? Прокомментируйте ваш ответ и приведите примеры?
 22. Ваша компания недавно начала экспортировать полиграфическое оборудование. Как вы расцените решение относительно того, чтобы обратиться за помощью к экспортной управленческой компании или агентам, или же компании следует использовать прямой экспорт? Аргументируйте ваш ответ?
 23. Какие факторы влияют на распространение пуш или пулл стратегий на международных рынках?

	<p>24. Какие основные факторы влияют на распространение международной рекламной кампании в различных странах?</p> <p>25. Какие основные риски ждут компанию, если она занимается встречной торговлей?</p> <p>26. Прокомментируйте мнение, согласно которому «практически абсолютно не стандартизированный или же, наоборот, полностью приспособленный к местным рынкам подход к рекламе является самым наилучшим и необходимым».</p> <p>27. Какие появляются проблемы, когда рекламное послание (сообщение) переносится на другие рынки посредством прямой трансляции?</p>
--	--

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Цель дисциплины - получение студентами необходимых знаний и навыков работы в области международного предпринимательства, создание поддерживающей образовательной среды преподавания дисциплин внешнеэкономического цикла, а также представление возможности студентам развить и продемонстрировать навыки в области изучения среды международного предпринимательства, формировании международных деловых стратегий и выбора тактического инструментария для проведения успешной конкурентной борьбы в условиях окружающей среды международного предпринимательства.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходиться к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- чтение материала лекций;
- вопросы/ответы (письменные/устные);
- короткие дискуссии по теме .

Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они проводятся в интерактивной форме (решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, групповые дискуссии).

Требования к проведению практических занятий

На первом семинаре преподаватель знакомит студентов с содержанием, смыслом и структурой практических занятий, а также с содержанием домашних заданий и ставит следующие задачи:

1. Работа с кейсами международного предпринимательства;
2. Разработка «Досье на национальный рынок»;

При работе с кейсами во время изучения курса «Международное предпринимательство» студенты должны понять, что их задача в этой работе, которая проводится в малых учебных группах, делится на два этапа: **(1)** анализ предоставленного им преподавателем кейса; **(2)** трансплантация данного кейса в окружающую среду российского или иного зарубежного предпринимательства. Оба этапа предполагают презентацию результатов работы во время занятий, когда остальная часть группы выступает в роли оппонента малой группы, осуществляющей презентацию.

Наряду с этим, студентам предлагается, в качестве альтернативы, более сложный вариант: самостоятельно описать в формате кейса какой-либо этап интернационализации известной им российской компании, или разработать кейс иностранной компании вошедшей или входящей на российский рынок.

Презентация «Досье на национальный рынок»

В данном разделе студенческие группы выносят результаты своих работ по презентации «Досье на национальный рынок», информация по которому минимизируется с использованием предлагаемых методик решетчатого подхода и маски МММ. Предполагается, что студенты проводят анализ рынка Санкт-Петербурга (Ленинградской области или, в случае иногородних или иностранных студентов, иного известного им региона).

Презентация результатов анализа иностранного кейса международного предпринимательства

Студенты должны представить результаты анализа ранее назначенного для работы иностранного кейса международного бизнеса. Презентация результатов работы по анализу кейса проводится в виде имитации доклада группы маркетеров (маркетинг-менеджеров) руководству компании, структура которого соответствует классической структуре маркетинг-плана. Обязательно, в презентацию должен быть включен *SWOT*-анализ с выделением разделов по отдельным компонентам маркетинг-микса. Положительной частью работы могут быть прогнозы и предложения по улучшению дальнейшей работы компании на данном рынке.

Презентация трансплантированной бизнес-ситуации из иностранного кейса международного бизнеса

Студенты выбирают любой иностранный рынок и на основе данных о деятельности компании в выбранном ими кейсе осуществляют на него реальный или гипотетический перенос международной предпринимательской деятельности с анализом возможной стратегии поведения.

Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическим материалом, направляющим самостоятельную работу обучающихся является учебно-методический материал по дисциплине.

Кроме того, на самостоятельную работу выносятся подготовка и презентация рефератов. В ходе изучения данного курса каждый студент должен подготовить, как минимум, один реферат.

Перечень тем рефератов представлен в приложении 2.

В ходе самостоятельной работы предусматривается возможность получения консультаций у преподавателя.

Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля

Текущий контроль осуществляется по усмотрению преподавателя в рабочем порядке на практических (семинарских) занятиях. Формой текущего контроля могут быть устный опрос, проверка домашнего задания, контрольная работа, отчет по сделанному докладу, написание реферата, эссе, подготовка презентации по теме занятия, реферирование первоисточников и др.

Результаты текущего контроля сообщаются обучающимся непосредственно на занятии или аккумулируются в Личном кабинете обучающегося. Оценка текущих знаний может осуществляться либо в рейтинговых баллах, либо по пятибалльной системе («неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). Количество заработанных баллов или средняя оценка сообщаются обучающимся. Наличие текущих оценок (баллов) у обучающегося является условием допуска к промежуточной аттестации и является составной частью итоговой оценки уровня усвоения программы дисциплины.

Примерный вариант теста представлен

Часть I	
<i>Обратитесь к нижеследующим определениям и найдите для них соответствующие термины, отметив в Части I Бланка ответов рядом с каждой пронумерованной (1, 2, 3, ..., 30) ячейкой "КТ" ("ключевой термин" латинскую букву (a, b, c, ..., y) в ячейку «O», соответствующую «определению термина»).</i>	
D	<i>"определение термина"</i>
a	Поведение, базирующееся на вере в приоритетность одной своей собственной этнической группе или культуре; часто демонстрирует неуважение или презрение к культуре других стран.
b	Цена, по которой товары и услуги продаются между подразделениями международной компании.
c	Правовая система, базирующаяся на традициях, прецедентах и обычаях. Когда суды интерпретируют общее право, они так поступают относительно этих характеристик.
КТ	<i>"Ключевые термины"</i>
1. этноцентрическое поведение 2. мультинациональный маркетинг 3. экономический союз 4. ...	
Часть II	
<i>Поставьте знак "Т - Истинно" или "F - Ложно" в Части II Бланка ответов в ячейке в соответствии с Вашим суждением о утверждении.</i>	
Варианты утверждений	
1. Международный маркетер должен в деталях просчитать все возможные благоприятные политические последствия каждого маркетинг-плана по определению приоритетности к его выбору и/или реализации. 2. Крупные ТНК, такие как <i>Procter & Gamble</i> , всегда применяют только одну маркетинговую стратегию. 3.	
Part Three	
<i>Обведите кружком Ваш ответ (a, b, c, d, e) в Части III Бланка ответов, оценив вопрос и множество из 5 предлагаемых «ответов»</i>	
V-I	<i>Что из перечисленного ниже является <u>наиболее</u> убедительной техникой, которую японские компании используют для ограничения проникновения на их рынки зарубежных товаров?</i>
A. Квоты B. Тарифы C. Очень сложная и обширная система дистрибуции D. Очень высокие налоги на зарубежные товары E. Импортная лицензия	
V-II	<i>Экономия масштаба относится к:</i>
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.	
Часть IV	
<i>Обратитесь к нижеследующим утверждениям (S) и найдите для каждого из них соответствующую пару "пропущенных слов (OW), обозначенных в этих утверждениях как «WORD», подтвердив свой выбор постановкой в Части IV Бланка ответов рядом с каждой пронумерованной (1, 2, 3, ..., 30) ячейкой "S" код ответа в виде латинской буквы (a, b, c, ..., y) в ячейку "OW" в соответствии со Списком пропущенных слов.</i>	
MS	Утверждения
1. Чтобы полностью понять, почему культура оказывает то или иное воздействие, маркетер должен также изучить «WORD» и «WORD» интересующей его в данное время страны. 2. Основным элементом маркетинг-микса – это «WORD», определяющий процесс, который компания будет использовать в «WORD» характеристик товара для возможных будущих покупателей. 3. Глобализация «WORD» и «WORD» и общий рост мировой торговли, прямые зарубежные инвестиции, импорт означают, что компании рассматривают свои внутренние рынки, как находящиеся под давлением со стороны иностранных конкурентов. 4.	
Список пропущенных слов	
OW	= пропущенные слова
a	Принимающий, лицензинг

b	Сеть, глобальный
c	Средства, рынок
d	Различие, пересекать

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ															
Тест промежуточного контроля						Вариант №									
						Дата:									
Студент						Преподаватель									
Фамилия						Фамилия									
Имя						Имя									
						Отчество									
Часть I															
КТ = ключевые термины				D = определение											
КТ	D		КТ	D		КТ	D		КТ	D		КТ	D		
1			6			11			16			21			
2			7			12			17			22			
3			8			13			18			23			
4			9			14			19			24			
5			10			15			20			25			
Часть 2															
“True” (T)								“False” (F)							
Часть 3															
Отметьте вариант ответа								A	B	C	D	E			
Часть 4															
S = утверждение				OW = пропущенные слова											
S	OW		S	OW		S	OW		S	OW		S	OW		
1			6			11			16			21			
2			7			12			17			22			
3			8			13			18			23			
4			9			14			19			24			
5			10			15			20			25			
Подпись преподавателя															
Дата:															

Перечень тем рефератов

1. Особенности окружающей среды международного предпринимательства в США (Европейском Союзе, Японии, Латинской Америке, Азии, СНГ, России – по выбору студента).
2. *Web*-среда как виртуальная и материальная база глобализации экономики: становление *e*-коммерции.
3. Регионально-отраслевые аспекты анализа социокультурного сечения окружающей среды международного предпринимательства.
4. Регионально-отраслевые аспекты анализа политико-правового сечения окружающей среды международного предпринимательства.
5. Регионально-отраслевые аспекты анализа экономического сечения окружающей среды международного предпринимательства.
6. Проблемы изучения и освоения этики международного предпринимательства.
7. Проблемы защиты прав интеллектуальной собственности в международном масштабе.
8. Маркетинговая окружающая среда и трансфертное ценообразование.
9. Интернационализация бизнеса на основе использования национальных различий фаз жизненного цикла товара.
10. Международный маркетинг высоких технологий.
11. Международная диффузия инноваций.
12. Цифровая фирма: факторы возникновения, масштаб и сфера деятельности.
13. Маркетинговые особенности становящихся рынков.
14. «Сетевой этикет» и культура виртуальной маркетинговой среды.
15. Основные пользователи международного предпринимательства (на примере отдельно взятой торговой, производственной, сервисной, цифровой компании – по выбору студента).
16. Выведение новых (инновационных) товаров на глобальный рынок (товар – по выбору студента).
17. Сравнительная характеристика финансирования международных торговых операций крупного, среднего и малого бизнеса.
18. Создание региональной или международной логистической системы для предприятия какой-либо отрасли промышленности (по выбору студента) при его выходе на внешний рынок.
19. Особенности организации торгово-посреднических структур в зарубежных странах.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой