

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: ЧУМАЧЕНКО ТАТЬЯНА АЛЕКСАНДРОВНА
 Должность: РЕКТОР
 Дата подписания: 08.02.2022 16:40:42
 Уникальный программный ключ:
 9c9f7aaffa4840d284abe156657b8f85432bdb16



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА



Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ	Международный менеджмент

Код направления подготовки	38.03.02
Направление подготовки	Менеджмент
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Управление человеческими ресурсами
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	заочная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Доцент	кандидат педагогических наук		Базавлущкая Лилия Михайловна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра экономики, управления и права	Рябчук Павел Георгиевич	1	28.08.2019	
Кафедра экономики, управления и права	Рябчук Павел Георгиевич	1	13.09.2020	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю)	4
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	12
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17
7. Перечень образовательных технологий	19
8. Описание материально-технической базы	20

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Международный менеджмент» относится к вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень образования бакалавр).

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 з.е., 36 час.

1.3 Изучение дисциплины «Международный менеджмент» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися следующих дисциплин: «Основы менеджмента», «Экономическая теория».

1.4 Дисциплина «Международный менеджмент» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Высший менеджмент для руководителей», «Государственное регулирование экономики», «Логистика», «Организация производства на предприятиях отрасли», «Эффективный менеджмент».

1.5 Цель изучения дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области планирования международного бизнеса и научного представления о различных подходах к организации процесса управления в области менеджмента в различных странах и регионах мира.

1.6 Задачи дисциплины:

1) Освоить целостное представление о тенденциях и закономерностях интернационализации экономики, конкурентоспособности стран, отраслей и фирм;

2) Изучить объекты и методы стратегического международного менеджмента,

3) Освоить целостное представление о особенностях управления в международных корпорациях, современных формах и взаимодействии международных фирм,

4) Овладеть знаниями о концепциях хозяйственной деятельности закономерностей и путей создания конкурентных преимуществ стран, отраслей и фирм на международных рынках;

5) Освоить целостное представление о технологическом и организационном развитии международных фирм и их преобразовании.

6) Приобрести навыки аналитической работы и оценки факторов и причин изменения в международной среде и деятельности фирм

1.7 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине в форме требований к знаниям, умениям, владениям способами деятельности и навыками их применения в практической деятельности (компетенция):

№ п/п	Компетенция (содержание и обозначение в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП)	Конкретизированные цели освоения дисциплины		
		знать	уметь	владеть
1	ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	3.1 знать методы организации и планирования международного бизнеса на уровне предприятия	У.1 применять на практике теоретические положения, выдвинутые и обоснованные представителями различных (национальных, региональных) моделей менеджмента;	В.1 методами изучения экономических и социальных процессов; самостоятельно заниматься поиском, анализом и оценкой информации для подготовки и принятия управленческих решений, а также моделированием процессов управления.

2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Итого часов
	Л	ЛЗ	ПЗ	СРС	
Итого по дисциплине	6	2	4	20	32
Первый период контроля					
<i>Концепции глобализации экономики и тенденции ее развития</i>	4	2		8	14
Превращение национальной модели менеджмента в международную	2			4	6
Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций	2			2	4
Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме		2		2	4
<i>Формирование концепции интернационализации предприятия</i>	2		4	12	18
Современные организационные формы и структуры международных корпораций	2			4	6
Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании			2	4	6
Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса			2	4	6
Итого по видам учебной работы	6	2	4	20	32
Форма промежуточной аттестации					
Зачет					4
Итого за Первый период контроля					36

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

3.1 Лекции

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Концепции глобализации экономики и тенденции ее развития	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-9 (З.1, У.1, В.1)	
1.1. Превращение национальной модели менеджмента в международную Экономический смысл глобализации. Глобализация как высшая стадия интернационализации и высший этап интеграции. Интернационализация воздействия производства и потребления на мировую экосистему. Социальные последствия глобализации. Глобализация и необходимость формирования новой модели менеджмента: эволюция международной модели менеджмента и ее отличия от национальной. Задачи международного менеджмента и требования, предъявляемые к глобальному менеджеру. Смена парадигмы менеджмента в контексте глобализации. Особенности и современные тенденции международного менеджмента Учебно-методическая литература: 1, 3	2
1.2. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций Основные компоненты внешней среды международного бизнеса. Политический и экономический анализ бизнес-окружения в стране размещения. Профиль внешней среды. Виды рисков. События микро- и макрополитического (экономического) риска. Правовая система страны размещения. Методы оценки политических и экономических рисков. Система раннего предупреждения. Компьютерные программы сканирования и мониторинга внешней среды бизнеса. Построение системы зависимости. Взаимодействие с местным сообществом. Роль местных менеджеров. Валютный риск. Хеджирование. Культурный риск. Риск-менеджмент в международной фирме Способы минимизации рисков ведения международных деловых операций. Учебно-методическая литература: 2, 4	2
2. Формирование концепции интернационализации предприятия	2
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-9 (З.1, У.1, В.1)	
2.1. Современные организационные формы и структуры международных корпораций Понятие ТНК и их роль в мировой экономике. Эволюция ТНК и их особенности. Предпосылки формирования глобальных ТНК. Модель и индекс транснационализации. Глобальный монополизм и его следствия. Организационное строение ТНК и их классификация. Конкурентные преимущества международных корпораций и способы их обретения Страновый и региональный анализ деятельности международных ФПГ (американские ТНК, европейские, индустриально развитых стран Азии и России). Учебно-методическая литература: 1, 4	2

3.2 Лабораторные

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Концепции глобализации экономики и тенденции ее развития	2
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-9 (З.1, У.1, В.1)	

<p>1.1. Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме</p> <p>Лабораторная работа</p> <p>Содержание занятия: решение кейс задач тема. Основные функции международного менеджмента.</p> <p>Разработка стратегии выхода компании на международном рынке Крупная немецкая фармацевтическая фирма достаточно хорошо известна на европейском рынке своей продукцией. В СНГ и России она активно работает не так давно. Оценив свой потенциал на этом рынке, руководство компании пришло к выводу, что к 2015 г. ей надо быть готовой к значительному увеличению товарооборота на территории СНГ, так как помимо распространения товара на Украине, Белоруссии и РФ ожидается появление спроса на лекарства в Казахстане, Узбекистане, Таджикистане и увеличение поставок в различные регионы РФ. В связи с этим руководство компании находится на этапе разработки своей стратегии на ближайшие годы. До сих пор компания держала свой товар на складе в Москве, что соответственно резко увеличивало издержки из-за высоких цен на связанные с этим услуги. Компания, получая заказ на небольшую партию товара, пересылала товар клиенту за его счет. Однако в связи с меняющимся положением, распространением географии поставок, увеличением партий грузов и расширением ассортимента руководство фирмы стремится к сочетанию требований клиентов с минимизацией собственных затрат и увеличением прибыли на единицу реализованного товара.</p> <p>Компания должна проанализировать ситуацию по всем критериям и принять оптимальное решение по результатам изучения следующих факторов: Развитие производства • Следует ли компании организовать производство товара на территории стран СНГ или РФ? Если да, то определить сбалансированный вариант его расположения, учитывая, что, кроме Москвы, товар распространяется в С.-Петербурге, Н.Новгороде, Самаре, Екатеринбурге, Новосибирске, Краснодаре. Просчитать варианты стоимости транспортировки сырья или комплектующих изделий для организации производства.. Планирование запасов, складирование, хранение товара • Следует ли компании держать свой товар в необходимых количествах в созданных региональных дистрибьюторских центрах? Если да, то как это отразится на цене товара (включать ли затраты в издержки на реализацию, уменьшая тем самым собственную прибыль, или повышать цену на препараты). • Стоит ли компании строить собственные склады при варианте создания постоянных запасов лекарств или арендовать уже имеющиеся местные структуры? • На каких базисных условиях следует заключать контракты купли-продажи? Это означает принятие решений по следующим основным проблемам, связанным с транспортировкой: Выбор базиса поставки, проработка транспортных условий контракта а) выбор условия, которое предполагает доставку груза самой фармацевтической фирмой до покупателя или передачу товара на территории продавца без международной перевозки; б) какие издержки при различных вариантах товародвижения включаются в цену товара, зафиксированную в контракте; в) кто, фирма-продавец или покупатель, и до какого момента отвечает за последствия случайной гибели или повреждения товара в процессе доставки. При любом базисе поставки фармацевтическая фирма должна разработать транспортные условия торговой сделки, которые позволят скоординировать все этапы и функциональные области доставки (перевозка, экспедирование, таможенное оформление, хранение в транспортных узлах и т. д.).</p> <p>Если фирма по согласованию с партнером выбирает базисное условие контракта, предусматривающее доставку товара до покупателя, то необходимо продумать вопрос о том, следует ли компании организовать транспортировку товаров непосредственно до покупателей по системе «точно в срок», т. е. наладить быструю и бесперебойную перевозку товара в необходимом ассортименте, количестве, в требуемое время, без больших складских запасов. Если да, то провести расчет полных издержек по альтернативным вариантам доставки и видам транспорта. Если используется автотранспорт – приобретать ли собственный подвижной состав или пользоваться услугами перевозчиков, выбирая их по критериям, выработанным менеджером по транспорту или менеджером-логистиком в зависимости от специфики деятельности фирмы. Выявить наличие развитой транспортной инфраструктуры в предполагаемых районах сбыта. Правовая среда базиса Определить условия и перспективы развития законодательства стран СНГ в отношении деятельности иностранных компаний на их территории. Административные расходы Следует ли создавать региональные представительства фирмы, если да, то кто будет ими руководить (иностранец или национальный гражданин), определить наличие квалифицированного персонала и т. д. Информационный блок Организация информационной взаимосвязи между всеми функциональными областями, в том числе с помощью компьютерных средств связи.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3</p>	<p>2</p>
--	----------

3.3 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Формирование концепции интернационализации предприятия	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-9 (З.1, У.1, В.1)	
<p>1.1. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании СЕМИНАР. Цель - закрепление знаний студентов о основных направлениях международного менеджмента. Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Раскройте сущность внешнеэкономической деятельности. 2. Перечислите мотивы развития внешнеэкономической деятельности. 3. Охарактеризуйте виды внешнеэкономической деятельности. 4. Назовите факторы развития внешнеэкономической деятельности. 5. Обоснуйте результаты развития внешнеэкономической деятельности. 6. Раскройте особенности международной торговой сделки, предмета купли-продажи во внешнеторговых операциях. 7. Охарактеризуйте экспортные и импортные операции. 8. Раскройте особенности реэкспорта и импорта. 9. В чем состоит логистический аспект внешнеторговых операций? 10. Охарактеризуйте операции встречной торговли. 11. Назовите особенности операций на давальческом сырье (толлинг). 12. В чем особенности выкупа устаревшей (бывшей в употреблении) продукции на международном рынке? 13. Раскройте суть метода прямых продаж. 14. Охарактеризуйте косвенные методы торговли. 15. Какова роль товарных бирж в международной торговле? 16. В чем состоят особенности международной аукционной торговли? 17. Охарактеризуйте международные торги (тендеры). 18. Назовите особенности международной торговли готовой продукцией. 19. В чем состоят особенности международной торговли разрозненным оборудованием? 20. В чем состоят особенности международной торговли комплексным оборудованием? <p>Учебно-методическая литература: 1, 3</p>	2
<p>1.2. Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса СЕМИНАР. Цель - закрепление знаний студентов о современных тенденциях международного менеджмента. Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Раскройте черты мировой экономики в начале XXI века. 2. Обоснуйте особенности современной мировой экономики. 3. Перечислите глобальные проблемы современности. 4. Раскройте сущность глобализации международных отношений и мирохозяйственных связей. 5. В чем состоит сущность интернационализации хозяйственной деятельности? 6. Охарактеризуйте сущность постиндустриализации. <p>Учебно-методическая литература: 1, 3</p>	2

3.4 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Концепции глобализации экономики и тенденции ее развития	8
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-9 (З.1, У.1, В.1)	

<p>1.1. Превращение национальной модели менеджмента в международную Задание для самостоятельного выполнения студентом: Выполнить самостоятельно: По указанным ниже темам подготовить мини доклады (2-3 минуты выступления): деятельности. 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 социальноэкономического 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. 9. Проведите сравнительный анализ национальной модели управления бизнесом и международного менеджмента Учебно-методическая литература: 2, 4</p>	4
<p>1.2. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций Задание для самостоятельного выполнения студентом: Выполнить самостоятельно: По указанным ниже темам подготовить мини доклады (2-3 минуты выступления): 1. Охарактеризуйте этапы проведения типовой экспортноимпортной сделки. 2. Назовите основные внешнеторговые документы. 3. Раскройте структуру и содержание контракта. 4. Перечислите основные типы совершаемых ошибок при заключении и исполнении договоров международной купли-продажи товаров. 5. Раскройте сущность терминов «ИНКОТЕРМС-2010». 6. Назовите инструменты государственного регулирования внешнеторговой деятельности. 7. Перечислите принципы государственного регулирования внешнеторговой деятельности. 8. Охарактеризуйте тарифное регулирование внешнеторговой деятельности. 9. Охарактеризуйте нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности. Учебно-методическая литература: 1, 4</p>	2
<p>1.3. Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме Задание для самостоятельного выполнения студентом: Выполнить самостоятельно: По указанным ниже темам подготовить мини доклады (2-3 минуты выступления): 1. Мотивация интернационализации деятельности фирм и их подготовка к ведению операций на международных рынках. 2. Причины выхода фирм на международные рынки. 3. Специфика международного предпринимательства. 4. Подготовка российских предприятий для успешной деятельности на международных рынках. 5. Модель интернационализации деятельности фирмы. 6. Теории интернационализации. 7. Этапы (стадии) интернационализации: цели, ключевые решения и инструменты управления. 8. Стратегии проникновения международных компаний на российский рынок. 9. Модель интернационализации российских фирм. 10. Стратегические подходы в международном менеджменте: меню и проблема выбора. 11. Интернациональная, мультинациональная, транснациональная и глобальная стратегии международного бизнеса: анализ преимуществ, недостатков, областей функционального применения и системы ограничений. Учебно-методическая литература: 1, 3</p>	2
<p>2. Формирование концепции интернационализации предприятия</p>	12
<p>Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-9 (З.1, У.1, В.1)</p>	

2.1. Современные организационные формы и структуры международных корпораций <i>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</i>	4
--	---

Выполнить самостоятельно:

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 от московских 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 поисковой 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.

Кейс №2 Загадка из алюминия

Российская компания «Колтек Интернешнл» производит химические реагенты и для нефтедобывающей, и для нефтеперерабатывающей отрасли. В штате около 400 человек, годовая выручка составляет в среднем 3 млрд. руб., а прибыль позволяет вкладывать средства в создание новых материалов на основе инновационных технологий. Один из проектов компании – разработка способа промышленного производства пеноалюминия – композитного материала, обладающего уникальным набором свойств. Он легкий, но в то же время очень прочный и жесткий, способен эффективно поглощать шум и энергию удара, обладает низкой тепло- и электропроводностью. «Другие композиты могут превосходить пеноалюминий по отдельным характеристикам, но подобным комплексом свойств ни один из них не обладает», – рассказывает директор по маркетингу «Колтек Интернешнл» Леонид Колеров. Кроме того, материал экологичен и может производиться из вторичного сырья. Пеноалюминий был изобретен достаточно давно, активный интерес к нему проявляют производители военной техники, судостроители и железнодорожники. Материал можно использовать в машиностроении, энергетике и системах безопасности. Декоративные свойства пеноалюминия используют дизайнеры для оформления промышленных выставок и создания мобильных объектов. Предприятия готовы его покупать, но им нужен продукт гарантированного качества, при этом его стоимость не должна превышать стоимость альтернативных материалов «в разы». Над технологией производства качественного и недорогого пеноалюминия работают несколько лабораторий в Северной Америке и Европе, в том числе один из департаментов «Колтек Интернешнл». В этот проект компания вложила уже около \$6 млн, и Колеров полагает, что «Колтек» ближе к успеху, чем 12-13 конкуренты. При увеличении объемов производства россияне вполне могут выпускать продукт с приемлемой себестоимостью. Стадия испытаний должна закончиться весной 2016 года, после чего компания планирует строить завод и выходить на рынки России и Европы, США и Канады. Но до сих пор руководители «Колтек Интернешнл» уделяли основное внимание созданию продукта, теперь же назрела необходимость решать маркетинговые задачи. Своей сбытовой структуры у департамента пока нет, но искать покупателей надо быстро: во многих отраслях использование новых материалов требует длительного периода тестирования. «Мировой опыт показывает, что период разработки инновационных продуктов составляет от 15 до 25 лет. Потом продукт или технология “выстреливают”, и тот, кто сумеет выйти на рынок с готовым коммерческим предложением, оказывается в выигрыше», – рассуждает Колеров. Наука и деньги Для производства пеноалюминия «Колтек Интернешнл» привлекает на работу лучшие научные кадры, заказывает исследования и разработки в

<p>2.2. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Выполнить самостоятельно:</p> <p>По указанным ниже темам подготовить мини доклады (2-3 минуты выступления):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Основные интеграционные стратегии компаний: внешние причины, мотивы и цели. 2. Выбор интеграционной стратегии. 3. Риски приобретения компаний. 4. Компания как объект поглощения. 5.Стратегия слияний и поглощений и стратегия органического роста: сравнительный анализ. 6.Значимые проблемы и последствия слияний и поглощений. 7. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний. 8. Факторы активизации процессов слияний и поглощений. 9.Крупнейшие мегасделки современности. 10.Эффективность трансформационных сделок. 11.Специфика трансформационных сделок в России <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p>	4
<p>2.3. Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Выполнить самостоятельно:</p> <p>По указанным ниже темам подготовить мини доклады (2-3 минуты выступления):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Понятие национальной деловой культуры и ее влияние на специфику ведения бизнеса в различных странах. 2. Важнейшие параметры культурных различий и их влияние на социальную ориентацию людей и их организационное поведение. 3. Стереотипизация и этноцентризм и их влияние на эффективность ведения бизнеса по странам. 4.Специфика деловых культур и особенности национальных моделей менеджмента в различных странах. 5.Базовые критерии сравнения национальных деловых культур и систем менеджмента по Г. Хофстеду. 6. Сравнение деловых культур и систем менеджмента различных стран (по выбору). 7.Кросскультурная компетенция глобального менеджера. <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p>	4

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Евсеева, О. А. Международный менеджмент : учебное пособие / О. А. Евсеева, С. А. Евсеева. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. — 115 с. — ISBN 978-5-7422-6288-6.	http://www.iprbookshop.ru/83323.html
2	Макарова, Е. Л. Международный менеджмент : учебное пособие / Е. Л. Макарова, М. Г. Подопригора. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. — 127 с. — ISBN 978-5-9275-2718-2.	http://www.iprbookshop.ru/87434.html
Дополнительная литература		
3	Менеджмент. Теория, практика и международный аспект : учебник / Н. В. Ефимова, Н. С. Загребельная, Н. Ю. Кони́на [и др.] ; под редакцией Н. Ю. Кониной. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 432 с. — ISBN 978-5-7567-0962-9.	http://www.iprbookshop.ru/86109.html
4	Смирнова, И. Ю. Международный менеджмент. Практикум : учебное пособие / И. Ю. Смирнова. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2019. — 110 с. — ISBN 2227-8397	http://www.iprbookshop.ru/89494

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС				
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль			Промежуточная аттестация
	Доклад/сообщение	Кейс-задачи	Ситуационные задачи	Зачет/Экзамен
ПК-9				
З.1	+			+
У.1			+	+
В.1		+		+

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Концепции глобализации экономики и тенденции ее развития":

1. Доклад/сообщение

1. ISO 9000 и его значение для экспансии международных компаний.
2. Региональные стратегии (стратегия локализации) продвижения международных оптово-розничных сетей на российский рынок
3. Альтернативы вхождения международной компании на зарубежные рынки: меню и выбор
4. Доминирующие религии в национальной деловой культуре и их влияние на особенности ведения бизнеса
5. Посредники в международной торговле: место, значение и основные типы
6. Причины и технологии переноса за рубеж маркетинговой или производственной деятельности международной компании
7. Задачи и проблемы экспорта российской интеллектуальной собственности
8. Международные стратегические альянсы как перспективная форма интернационализации деятельности российских компаний
9. Организация международной компании как функция ее международной бизнес-миссии.

Количество баллов: 10

2. Кейс-задачи

Кейс №3

Проблемы проникновения на зарубежный рынок
 Фирма X GmbH (Германия) более 20 лет специализируется на производстве арматуры и принадлежностей для ванных комнат и водопроводной системы (краны, узлы, крепежные детали, душевое оборудование). Фирма предлагает свою продукцию как для домашних хозяйств, так и для различных организаций. Доля фирмы на внутреннем рынке – 32%, на рынке Франции – 8%, Бельгии – 3%, а крупная торговая компания в Майами ежегодно закупает около 4% производимой продукции фирмы для продажи в США (доля – 5%). Общий ежегодный оборот компании превышает 40 млн евро, а по указанным рынкам – 25 млн евро.
 Дифференциация продукции производится фирмой по размерам, цвету, стилю, отделке (металлической и пластиковой), что дает возможность занять более прочные рыночные позиции. Недавно X GmbH заказала исследование рынка России. Обнадеживающие результаты побудили компанию к активному внедрению на российский рынок, наметив срок внедрения – один год.
 Вопросы:

1. Порекомендуйте компании пути внедрения на российский рынок.
2. Выявите потенциальные трудности, связанные с каждой возможностью проникновения.
3. Выберите и дайте обоснование методу проникновения на российский рынок.
4. Предложите рекомендации по системе товародвижения и распределения.

Количество баллов: 7

3. Ситуационные задачи

Задача №1

Страна с населением 30 млн чел. (N) производит ВВП, равный 900 млрд ден. ед. Объем экспорта (QЭКСП) составляет 175 млрд ден. ед., а объем импорта (QИМП) – 275 млрд ден. ед. Определите степень открытости национальной экономики.

Задача №2

Российская фирма обсуждает возможность закупки телефонных аппаратов в Германии. Стоимость одного аппарата составляет 20 евро; стоимость перевозки 100 шт. – 5 евро за штуку; 500 шт. – 4 евро за штуку; 1 000 шт. – 3 евро за штуку; 10 000 шт. – 2 евро за штуку; 20 000 шт. – 1 евро за штуку. Такой аппарат можно продать в России за 23,5 евро за штуку. Если предположить, что других расходов нет, то какой минимальный объем импорта обеспечит прибыль в 10 %?

Задача №3

В распоряжении экономического субъекта имеется 100 млн долл. США, которые он хочет вложить в зарубежный банк. Различные банки предлагают различные проценты по депозитам, и в каждой стране своя система налогов на доходы. Украинские банки обещают 100% дохода при 30% налогообложения, российский – 80% и 25%, турецкие – 15% и 15%, французские – 8% и 25%, швейцарские – 5% и 25%, шведские – 2% и 30%. Определите самое выгодное предложение.

Задача №4

Предположим, что в странах А и Б принята система золотомонетного стандарта. Единица валюты страны А приравнена к 1/40 грамма золота, а единица валюты страны Б – к 1/8. Сколько стоит единица валюты страны А в валюте страны Б? Сколько стоит единица валюты страны Б в валюте страны А?

Количество баллов: 7

Типовые задания к разделу "Формирование концепции интернационализации предприятия":

1. Доклад/сообщение

1. ISO 9000 и его значение для экспансии международных компаний.
2. Региональные стратегии (стратегия локализации) продвижения международных оптово-розничных сетей на российский рынок
3. Альтернативы вхождения международной компании на зарубежные рынки: меню и выбор
4. Доминирующие религии в национальной деловой культуре и их влияние на особенности ведения бизнеса
5. Посредники в международной торговле: место, значение и основные типы
6. Причины и технологии переноса за рубеж маркетинговой или производственной деятельности международной компании
7. Задачи и проблемы экспорта российской интеллектуальной собственности
8. Международные стратегические альянсы как перспективная форма интернационализации деятельности российских компаний
9. Организация международной компании как функция ее международной бизнес-миссии.

Количество баллов: 10

2. Кейс-задачи

Кейс №1. Чем торгуем?

Вопрос в заголовке – отнюдь не праздный. Потому что Сибири вряд ли можно радоваться растущим из года в год объемам внешней торговли.

Сейчас все более популярными становятся идеи о том, что региону необходимо диверсифицировать экспорт, доводить сырье до более высокой степени переработки. Например, в отношении леса: зачем экспортировать кругляк, если можно перерабатывать его, тем самым значительно увеличивая добавленную стоимость продукции, и поставлять

на внешний рынок полуфабрикаты или готовые изделия. Это позволит поднять стоимость российского леса, создавать новые рабочие места и оставлять значительную часть налогов в регионе. То же самое касается и других природных ресурсов: произведенная из них продукция многократно повышает выгоду от последующего экспорта.

Пока же Сибирь вывозит природные ресурсы, а импортирует продукцию с высокой степенью переработки. Так уж получается, что сырьевая направленность нашего экспорта является одновременно и благом, и бедой для региона. Это хорошо, когда есть природные ресурсы, которые можно продать. Но неправильно надеяться на то, что рост экспорта сырья станет движущей силой экономики Сибири. Бизнесу интересно только то, что прибыльно сейчас. Ждать от компаний-экспортеров развития перерабатывающей промышленности Сибири

не приходится. Это вопрос государственный. Если мы хотим использовать ресурсы для строительства новой экономики, а не только для продажи, то центральная задача – развитие перерабатывающих отраслей. Надо понимать, что наличие сырья – это наше естественное преимущество, которым надо пользоваться, чтобы развивать другие отрасли экономики. Как это сделать? Прежде всего — на государственном уровне приглашать заинтересованные в нашем сырье страны «вкладываться» в строительство на территории Сибири перерабатывающих заводов. Естественно, с последующим экспортом готовой продукции на условиях, выгодных тем, кто принимает участие в создании этих заводов.

Например, наиболее интересной для китайцев могла бы стать лесная отрасль. КНР – один из крупнейших в мире потребителей древесины, ему требуются значительные объемы целлюлозы. Китайцы уже проявили интерес к ее производству на территории Сибири: начато строительство целлюлозно-бумажного комбината в Читинской

области, сейчас просчитывается технико-экономическое обоснование проекта такого же предприятия в Томской области. А вообще Китай заявляет о готовности инвестировать в экономику России в ближайшие годы 12 млрд долларов. В этом же направлении идет работа и с Южной Кореей. Правда, масштабы вложений корейцев

в сибирские перерабатывающие предприятия невелики. Пока 5 млн долларов прямых инвестиций поступило в округ для организации производства по выпуску березового шпона в Томской области.

Возможно, удастся более эффективно привлекать иностранный капитал, если в России будут действовать специальные преференции для переработчиков. Но, давая льготы переработчикам-экспортерам, надо контролировать, как они эти льготы используют. Так, в Малайзии 30 лет назад приняли закон, согласно которому компания, которая хочет заниматься разработкой лесных участков, имеет право получить участок в аренду только при условии, что через три года будет вывозить уже полуфабрикат, а через пять лет – экспортировать только готовую продукцию из древесины. Результат не заставил себя ждать: теперь экспорт продукции переработки леса –

одна из основных статей дохода в государственном бюджете Малайзии. Сегодня наблюдается интерес иностранных предпринимателей к Сибири. Они пересматривают свое отношение к сложившимся за долгие годы стереотипам в отношении российского бизнеса. Так, по оценкам консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers

ситуация для инвестирования в Россию очень благоприятная. Консалтеры с мировым именем призывают расстаться с «мифами» о российском бизнесе, такими как чрезмерная бюрократизация, отсутствие рынка, нежелание правительства развивать внешнеэкономическое сотрудничество, невозможность найти надежного российского партнера. По их мнению, теперь это не соответствует действительности. Что, безусловно, вселяет оптимизм: сотрудничать с нами будут,

и будут принимать наши правила игры, инвестируя в наши перерабатывающие предприятия. Следует только расставить приоритеты во внешнеэкономической деятельности.

Вопросы:

1. Оцените сегодняшнее положение Сибири как экспортера лесных ресурсов.
2. Какие изменения должны произойти, чтобы улучшить ситуацию в экспортной деятельности региона?

Количество баллов: 7

3. Ситуационные задачи

Задача №1

Страна с населением 30 млн чел. (N) производит ВВП, равный 900 млрд ден. ед. Объем экспорта (QЭКСП) составляет 175 млрд ден. ед., а объем импорта (QИМП) – 275 млрд ден. ед. Определите степень открытости национальной экономики.

Задача №2

Российская фирма обсуждает возможность закупки телефонных аппаратов в Германии. Стоимость одного аппарата составляет 20 евро; стоимость перевозки 100 шт. – 5 евро за штуку; 500 шт. – 4 евро за штуку; 1 000 шт. – 3 евро за штуку; 10 000 шт. – 2 евро за штуку; 20 000 шт. – 1 евро за штуку. Такой аппарат можно продать в России за 23,5 евро за штуку. Если предположить, что других расходов нет, то какой минимальный объем импорта обеспечит прибыль в 10 %?

Задача №3

В распоряжении экономического субъекта имеется 100 млн долл. США, которые он хочет вложить в зарубежный банк. Различные банки предлагают различные проценты по депозитам, и в каждой стране своя система налогов на доходы. Украинские банки обещают 100% дохода при 30% налогообложения, российский – 80% и 25%, турецкие – 15% и 15%, французские – 8% и 25%, швейцарские – 5% и 25%, шведские – 2% и 30%. Определите самое выгодное предложение.

Задача №4

Предположим, что в странах А и Б принята система золотомонетного стандарта. Единица валюты страны А приравнена к 1/40 грамма золота, а единица валюты страны Б – к 1/8. Сколько стоит единица валюты страны А в валюте страны Б? Сколько стоит единица валюты страны Б в валюте страны А?

Количество баллов: 7

5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГПУ».

Первый период контроля

1. Зачет

Вопросы к зачету:

1. Глобализация, ее составляющие и воздействие на международный менеджмент.
2. Превращение страновой национальной модели менеджмента в международную. Характерные отличия.
3. Основные требования к международному менеджеру.
4. 3. Глобальная иерархия технологий. Метатехнологии и их особенности. Виды инноваций. Роль культурного фактора.
5. Современные тенденции международного менеджмента.
6. Глобальные, мультинациональные, интернациональные и транснациональные стратегии.
7. Анализ бизнес-окружения в зарубежной стране.
8. Политические и экономические риски.
9. Управление рисками, существующие системы. Виды рисков.
10. Методы минимизации рисков интернационализации деятельности.
11. Системы международных рейтингов различных стран. Отличительные характеристики и практическое значение.
12. Понятие конкурентоспособности. Ее составляющие.
13. Конкурентные преимущества страны и конкурентные преимущества компании.
14. Международные оценки конкурентоспособности стран Всемирным экономическим форумом и Международным институтом развития менеджмента (г.Лозанна, Швейцария). Рейтинг России.
15. Различные подходы к изучению деловой культуры.
16. Верования и их влияние на формирование деловой культуры. Протестантская этика и западная деловая культура.
17. Ислам и восточная деловая культура. Особенности «мусульманского предпринимательства».
18. Исследование особенностей деловых культур различных стран по Г.Хофстеду.
19. Базовые критерии межкультурных различий.
20. Позиционирование России в исследовании Хофстеда..
21. Стратегическое управление на международной арене. Причины выхода на мировой рынок.
22. Стратегическое планирование - развитие международной стратегии.
23. Международный рынок труда: основные тенденции.
24. Практикуемые подходы подбора и найма менеджеров в международные компании.
25. Необходимость международных стратегических альянсов в мировой экономике. Их преимущества, недостатки и мотивы формирования.
26. Мотивы, формы и практика заключения международных стратегических альянсов. Примеры. Факторы успеха и неудач.
27. Основные направления интернационализации деятельности Уральского региона. Проблемы и перспективы.
28. Особенности ведения бизнеса в России: возможности и угрозы.
29. Международный рынок слияний и поглощений: динамика, мотивы, тенденции и эффективность.
30. Особенности слияний и поглощений в России. Актуальные примеры.
31. Управленческие модели корпоративных культур: сравнительный анализ достоинств и недостатков.
32. Предприятия с иностранными инвестициями в России: динамика, тенденции и проблемы развития.
33. Международное совместное предпринимательство.
34. Транснациональная корпорация как эффективная форма международного предпринимательства.
35. Конкурентные преимущества ТНК. Индекс транснационализации. Примеры.
36. Характеристика деловой культуры и системы менеджмента в зарубежной стране (по выбору).
37. Технологии международных слияний и поглощений. Факторы успеха и риска в интеграционных сделках.
38. Особенности российской модели слияний и поглощений фирм.
39. Место и роль международных корпораций и финансово-промышленных групп в мировой экономике.
40. Страновые особенности ФПГ и их характеристика.
41. Модель транснационализации: становление ТНК и ее характерные особенности. Классификация ТНК.
42. Транснационализация российских компаний.
43. Совместное предприятие как форма международного совместного предпринимательства: мотивы и условия создания, функционирования и контроля.

44. Виды международных совместных предприятий и практика их деятельности в России.

Типовые практические задания:

1. Российская фирма обсуждает возможность закупки телефонных аппаратов в Германии. Стоимость одного аппарата составляет 20 евро; стоимость перевозки 100 шт. – 5 евро за штуку; 500 шт. – 4 евро за штуку; 1 000 шт. – 3 евро за штуку; 10 000 шт. – 2 евро за штуку; 20 000 шт. – 1 евро за штуку. Такой аппарат можно продать в России за 23,5 евро за штуку. Если предположить, что других расходов нет, то какой минимальный объем импорта обеспечит прибыль в 10 %?.

5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	<ul style="list-style-type: none">- дается комплексная оценка предложенной ситуации- демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять- последовательное, правильное выполнение всех заданий- умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Хорошо"	<ul style="list-style-type: none">- дается комплексная оценка предложенной ситуации- демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять- последовательное, правильное выполнение всех заданий- возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя- умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Удовлетворительно" ("зачтено")	<ul style="list-style-type: none">- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации- неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя- выполнение заданий при подсказке преподавателя- затруднения в формулировке выводов
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	<ul style="list-style-type: none">- неправильная оценка предложенной ситуации- отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекции

Лекция - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

2. Лабораторные

Лабораторные занятия проводятся в специально оборудованных лабораториях с применением необходимых средств обучения (лабораторного оборудования, образцов, нормативных и технических документов и т.п.).

При выполнении лабораторных работ проводятся: подготовка оборудования и приборов к работе, изучение методики работы, воспроизведение изучаемого явления, измерение величин, определение соответствующих характеристик и показателей, обработка данных и их анализ, обобщение результатов. В ходе проведения работ используются план работы и таблицы для записей наблюдений.

При выполнении лабораторной работы студент ведет рабочие записи результатов измерений (испытаний), оформляет расчеты, анализирует полученные данные путем установления их соответствия нормам и/или сравнения с известными в литературе данными и/или данными других студентов. Окончательные результаты оформляются в форме заключения.

3. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

4. Зачет

Цель зачета – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачету и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критериев выставления зачета и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путём самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

5. Доклад/сообщение

Доклад – развернутое устное (возможен письменный вариант) сообщение по определенной теме, сделанное публично, в котором обобщается информация из одного или нескольких источников, представляется и обосновывается отношение к описываемой теме.

Основные этапы подготовки доклада:

1. четко сформулировать тему;
2. изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации:
 - первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.);
 - вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.);
 - третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.);
3. написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее;
4. написать доклад, соблюдая следующие требования:
 - структура доклада должна включать краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы;
 - в содержании доклада общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения;
5. оформить работу в соответствии с требованиями.

6. Ситуационные задачи

Ситуационная задача представляет собой задание, которое включает в себя характеристику ситуации из которой нужно выйти, или предложить ее исправить; охарактеризовать условия, в которых может возникнуть та или иная ситуация и предложить найти выход из нее и т.д.

При выполнении ситуационной задачи необходимо соблюдать следующие указания:

1. Внимательно прочитать текст предложенной задачи и вопросы к ней.
2. Все вопросы логично связаны с самой предложенной задачей, поэтому необходимо работать с каждым из вопросов отдельно.
3. Вопросы к задаче расположены по мере усложнения, поэтому желательно работать с ними в том порядке, в котором они поставлены.

7. Кейс-задачи

Кейс – это описание конкретной ситуации, отражающей какую-либо практическую проблему, анализ и поиск решения которой позволяет развивать у обучающихся самостоятельность мышления, способность выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, а также аргументировано отстаивать собственную позицию.

Рекомендации по работе с кейсом:

1. Сначала необходимо прочитать всю имеющуюся информацию, чтобы составить целостное представление о ситуации; не следует сразу анализировать эту информацию, желательно лишь выделить в ней данные, показавшиеся важными.
2. Требуется охарактеризовать ситуацию, определить ее сущность и отметить второстепенные элементы, а также сформулировать основную проблему и проблемы, ей подчиненные. Важно оценить все факты, касающиеся основной проблемы (не все факты, изложенные в ситуации, могут быть прямо связаны с ней), и попытаться установить взаимосвязь между приведенными данными.
3. Следует сформулировать критерий для проверки правильности предложенного решения, попытаться найти альтернативные способы решения, если такие существуют, и определить вариант, наиболее удовлетворяющий выбранному критерию.
4. В заключении необходимо разработать перечень практических мероприятий по реализации предложенного решения.
5. Для презентации решения кейса необходимо визуализировать решение (в виде электронной презентации, изображения на доске и пр.), а также оформить письменный отчет по кейсу.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Дифференцированное обучение (технология уровневой дифференциации)
2. Развивающее обучение
3. Кейс-технологии
4. Цифровые технологии обучения

8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для лекционных занятий
3. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
4. Лицензионное программное обеспечение:
 - Операционная система Windows 10
 - Microsoft Office Professional Plus
 - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
 - Справочная правовая система Консультант плюс
 - 7-zip
 - Adobe Acrobat Reader DC
 - Видео редактор Virtual Dub
 - Интернет-браузер
 - Microsoft Windows Server 2016