

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра управления и предпринимательства

«Утверждаю»

Зав. кафедрой

 О.Б.Репкина

«10» июля 2020

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.09 Международный бизнес

наименование дисциплины / практики

38.03.02 Менеджмент

шифр и наименование направления подготовки

Международный менеджмент

наименование профиля подготовки

Москва 2020

Составитель / составители: ст.преп. Бабанова Е.М.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании
кафедры управления и предпринимательства
протокол № 17 от «10» июля 2020 г.

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень оценочных средств
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

**1. Паспорт фонда оценочных средств
по дисциплине «Международный бизнес»**

Таблица 1.

| № п/п | Контролируемые разделы (темы), дисциплины ¹ | Коды компетенций | Оценочные средства - наименование | |
|-------|--|---------------------------------|-----------------------------------|--|
| | | | текущий контроль | промежуточная аттестация |
| 1 | Тема 1. Международный бизнес и особенности его организации во внешнеторговой сфере | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Коллоквиум | Вопросы к зачету Вопросы к экзамену |
| 2. | Тема 2. Торговля и иностранные инвестиции в международном бизнесе | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Практическое задание | Вопросы к зачету Вопросы к экзамену |
| 3 | Тема 3. Анализ зарубежных рынков и способы выхода на зарубежные рынки | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Дискуссия, практическое задание | Вопросы к зачету Вопросы к экзамену |
| 4 | Тема 4. Организационный менеджмент и управление персоналом: глобальный аспект. | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Кейс-задача | Вопросы к зачету Вопросы к экзамену |
| 5 | Тема 5. Коммерческие переговоры с иностранными партнерами | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Деловая игра | Вопросы к экзамену |
| 6 | Тема 6. Транспортно-логистическое обеспечение международного бизнеса | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Коллоквиум | Вопросы к экзамену |
| 7 | Тема 7. Отношение международных компаний с государством | ПК-6 ПК-15 ПК-17 ПК-22 | Доклад, итоговый тест | Вопросы к экзамену |

Таблица 2.

Перечень компетенций:

| Код компетенции | Наименование результата обучения |
|-----------------|--|
| ПК-6 | способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой инновационных изменений |

¹ Наименование раздела (темы) берется из рабочей программы дисциплины.

| | |
|-------|--|
| ПК-15 | умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании |
| ПК-17 | способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели |
| ПК-22 | знает современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов |

2. Перечень оценочных средств²

Таблица 3.

| № | Наименование оценочного средства | Характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в ФОС |
|---|--|---|--|
| 1 | Тест | Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос. | Тестовые задания |
| 2 | Деловая/ ролевая игра | Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. | Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре |
| 3 | Кейс-задача | Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. | Задания для решения кейс-задачи |
| 4 | Коллоквиум | Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися. | Вопросы по темам/разделам дисциплины |
| 5 | Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты) | Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. | Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов) |

Таблица 4.

| Код компетенции | Уровень освоения компетенции | Показатели достижения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения |
|-----------------|---|---|--|
| | | Знает | |
| ПК-6 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | 3-1 Не знает: • основные понятия, категории и инструменты теории управления | Не знает, либо не имеет четкого представления о содержании изучаемой дисциплины, основное содержание понятий международного бизнеса. Допускает грубые ошибки при использовании основной терминологии, не |

² Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

| | | | |
|-------|--|---|--|
| | | проектами; программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой инновационных изменений. | имеет представления об управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций и программе инновационных изменений. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»» | 3-1 <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия, категории и инструменты теории управления проектами; программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой инновационных изменений. | Знает основное содержание понятий международного бизнеса. Знает основную терминологию, имеет поверхностное представление об управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций и программе инновационных изменений. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | 3-1 <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия, категории и инструменты теории управления проектами; программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой инновационных изменений; | Понимает содержание терминологического аппарата теории международного бизнеса. Знает и имеет достаточно четкое представление об управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций и программе инновационных изменений. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | 3-1 <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия, категории и инструменты теории управления проектами; программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой инновационных изменений; | Демонстрирует глубокое понимание специфики международного бизнеса. Знает и грамотно применяет терминологию, имеет достаточно четкое представление об управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций и программе инновационных изменений. |
| ПК-15 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | 3-2 Не знает: <ul style="list-style-type: none"> • особенностей рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Не знает, либо не имеет четкого представления о содержании основных понятий международного бизнеса. Не знает особенности рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> • особенности рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Знает основную терминологию, имеет поверхностное представление об особенностях рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. |

| | | | |
|-------|---|--|--|
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> особенности рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Имеет представление об особенностях рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании, но иногда оставляет без внимания ряд важных моментов, определяющих сущность изучаемых процессов и явлений. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> особенности рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Демонстрирует глубокое понимание специфики изучаемой дисциплины, имеет всестороннее представление об особенностях рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. |
| ПК-17 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | 3-2 Не знает: <ul style="list-style-type: none"> особенностей экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Не знает, либо не имеет четкого представления о содержании основных понятий международного бизнеса. Допускает грубые ошибки при использовании основной терминологии, не имеет представления о сущности международного бизнеса. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> особенности экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Имеет поверхностное представление об особенностях экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, возможности выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> особенности экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Знает основную терминологию, хорошо понимает особенности экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, возможности выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> особенности экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, | <ul style="list-style-type: none"> Демонстрирует глубокое понимание основных особенностей экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать |
| | | | |

| | | | |
|-------|---|---|---|
| | | выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | новые бизнес-модели. |
| ПК-22 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | 3-2 Не знает: <ul style="list-style-type: none"> особенностей современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Не знает, либо не имеет четкого представления о содержании основных понятий международного бизнеса. Не знает особенности современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> знает особенности современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Знает основное содержание понятий международного бизнеса, но имеет поверхностное представление об особенностях современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> знает особенности современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Хорошо знает основное содержание понятий международного бизнеса, знает особенности современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | 3-2 <ul style="list-style-type: none"> знает особенности современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Демонстрирует глубокое понимание специфики изучаемой дисциплины, имеет всестороннее представление об основных особенностях современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | | Умеет | |
| ПК-6 | Недостаточный уровень Оценка | Не умеет У-2 <ul style="list-style-type: none"> проводить анализ рыночных | Не понимает сущности проблемы и не умеет проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и |

| | | | |
|-------|--|--|--|
| | «неудовлетворительно» | и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | финансировании. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | В-1 • основном способен участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | Знает основное содержание понятий международного бизнеса, но недостаточно способен участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | В-1 • способен участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | Хорошо знает основное содержание понятий международного бизнеса и может участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | В-1 • способен самостоятельно участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | Демонстрирует глубокое понимание специфики изучаемой дисциплины, способен самостоятельно участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. |
| ПК-15 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | Не умеет У-2 • проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Не понимает сущности проблемы не умеет проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | У-2 • проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Поверхностно знает основные проблемы, затрудняется в проведении общего анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | У-2 • проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | В целом способен проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. |

| | | | |
|-------|--|--|--|
| | | инвестировании и финансировании. | |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | У-2 <ul style="list-style-type: none"> самостоятельно проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. | Может самостоятельно проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании. |
| ПК-17 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | У-2 <ul style="list-style-type: none"> не умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Не может грамотно использовать терминологический аппарат дисциплины, не умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | У-2 <ul style="list-style-type: none"> в основном умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Использует терминологию данной дисциплины, аргументирует свою точку зрения, но затрудняется в проведении анализа экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | У-2 <ul style="list-style-type: none"> умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Осознанно использует терминологию данной дисциплины, грамотно и обоснованно аргументирует свою точку зрения, умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | У-2 <ul style="list-style-type: none"> умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской | Свободно использует терминологию данной дисциплины, логически последовательно аргументирует свою точку зрения, умеет самостоятельно анализировать экономические и социальные условия осуществления |

| | | | |
|-------|--|--|---|
| | | деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| ПК-22 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | Не умеет У-2 • использовать современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Не понимает сущности и не ориентируется в многообразии методов использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | У-2 • использовать современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Имеет многие затруднения в использовании современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | У-2 • использовать современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | В целом умеет использовать современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | У-2 • использовать современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Умеет самостоятельно и аргументированно использовать современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| | | Владеет | |
| ПК-6 | Недостаточный уровень Оценка | Не владеет: В-1 • навыками участия в управлении | Не владеет базовыми аналитическими навыками и основными навыками участия в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых |

| | | | |
|-------|--|---|--|
| | «неудовлетворительно» | проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | инноваций или программе инновационных изменений. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | В-1 • навыки участия в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | Имеет затруднения в использовании основных навыков участия в управлении проектом, программах внедрения технологических и продуктовых инноваций и инновационных изменений. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | В-1 • навыки участия в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | Владеет основными навыками участия в управлении проектом, программами внедрения технологических и продуктовых инноваций и инновационных изменений. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | В-1 • навыки участия в управлении проектом, программе внедрения технологических и продуктовых инноваций или программе инновационных изменений. | Свободно владеет навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций и программой инновационных изменений. |
| ПК-15 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | Не владеет: В-2 • методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. | Не ориентируется в многообразии методов и не владеет методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | В-2 • методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. | Недостаточно владеет основными методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | В-2 • методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. | Владеет методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. |

| | | | |
|-------|--|---|---|
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | В-2 • методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. | Свободно ориентируется и владеет методами анализа экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности международном бизнесе. |
| ПК-17 | Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно» | Не владеет: В-1 • способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Не владеет способностями оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| | Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | В-2 • способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | В недостаточной мере владеет навыками оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| | Средний уровень Оценка «хорошо» | В-2 • способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Владеет навыками оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| | Высокий уровень Оценка «отлично» | В-2 • способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. | Свободно ориентируется в многообразии методов анализа экономических условий и владеет навыками осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. |
| ПК-22 | Недостаточный уровень | Не владеет: В-1 | Не владеет базовыми навыками использования современной системы управления качеством и обеспечения |

| | | |
|--|---|--|
| Оценка «неудовлетворительно» | <ul style="list-style-type: none"> • базовыми навыками использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| Базовый уровень Оценка «удовлетворительно» | В-2 <ul style="list-style-type: none"> • базовые навыки использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Владеет основными базовыми навыками использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| Средний уровень Оценка «хорошо» | В-2 <ul style="list-style-type: none"> • базовые навыки использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Владеет навыками использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |
| Высокий уровень Оценка «отлично» | В-2 <ul style="list-style-type: none"> • базовые навыки использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. | Свободно владеет навыками использования современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятий, в том числе, осуществляющих прием на работу инвалидов. |

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

Разработка и применение тестов в процессе обучения

Педагогическое тестирование — это форма измерения знаний учащихся, основанная на применении педагогических тестов. Включает в себя подготовку качественных тестов, собственно проведение тестирования и последующую обработку результатов, которая даёт оценку уровня знаний тестируемых.

Традиционный тест содержит список вопросов и различные варианты ответов. Каждый вопрос оценивается в определенное количество баллов. Результат традиционного теста зависит от количества вопросов, на которые был дан правильный ответ.

Тестирование в педагогике выполняет три основные взаимосвязанные функции: диагностическую, обучающую и воспитательную:

Диагностическая функция заключается в выявлении уровня знаний, умений, навыков учащегося. Это основная и самая очевидная функция тестирования. По объективности, широте и скорости диагностирования, тестирование превосходит все остальные формы педагогического контроля.

Обучающая функция тестирования состоит в мотивировании учащегося к активизации работы по усвоению учебного материала. Для усиления обучающей функции тестирования могут быть использованы дополнительные меры стимулирования студентов, такие как: раздача преподавателем примерного перечня вопросов для самостоятельной подготовки, наличие в самом тесте наводящих вопросов и подсказок, совместный разбор результатов теста.

Воспитательная функция проявляется в периодичности и неизбежности тестового контроля. Это дисциплинирует, организует и направляет деятельность учащихся, помогает выявить и устранить пробелы в знаниях, формирует стремление развить свои способности.

Педагогическое тестирование включает в себя несколько основных этапов: подготовка теста проведение теста и обработка результатов теста.

По форме заданий педагогические тесты бывают:

тесты закрытого типа

тесты открытого типа

задания по установления соответствий

задания по упорядочиванию последовательности

Выбирая на тот или иной ответ на вопрос теста, студент должен, прежде всего внимательно прочитать условия вопроса теста, вдумываясь в его смысл. Затем следует выбрать, по мнению студента, правильный ответ. Если по мнению студента несколько ответов являются правильными, то он должен выбрать тот, который максимально охватывает ответ на поставленный вопрос.

Тест состоит из вопросов и предлагаемых кратких формулировок возможных ответов на вопросы, что не позволяет охарактеризовать всю полноту того или иного явления. В ходе тестирования студент не имеет возможности давать свои комментарии к ответам. Однако основная суть выносимых на тестирование вопросов отражается в предлагаемых вариантах ответов.

В зависимости от формы контроля (текущий, промежуточный, выходной) преподаватель определяет точное количество вопросов теста и устанавливает время для решения теста.

Дискуссия в процессе обучения

Подготовка и проведение дискуссии является значимым этапом освоения учебного материала, а также выступает одной из форм контроля выполнения студентом самостоятельной работы по конкретным разделам учебных дисциплин.

Дискуссия (от лат. *discussio* — «исследование») - это публичный диалог, в процессе которого сталкиваются различные, противоположные точки зрения. Целью дискуссии является выяснение и сопоставление позиций, поиск правильного решения, выявление истинного мнения. Учебная дискуссия отличается тем, что ее проблематика нова лишь для группы лиц, участвующих в дискуссии; ее ориентировочный результат известен организатору. Цель учебной дискуссии – овладение участниками методами ведения обсуждения, поиска и формулирования аргументов, их анализа. Грамотно организованная учебная дискуссия является фактором развития коммуникативных и аналитических способностей, позволяет выявить уровень представлений по определенной теме, проблеме.

Форма дискуссии представляет собой обмен мнениями во всех его формах. Соответствующий метод обучения заключается в проведении обсуждений по конкретной проблеме.

Последовательность этапов дискуссии включает:

- поиск и определение проблемы (затруднения), решаемые групповыми методами (путем выработки общего подхода, достижения согласия);
- формулировка проблемы в ходе группового анализа, обсуждения; анализ проблемы;
- попытки найти решение проблемы (они могут представлять собой процесс, включающий обсуждение, сбор данных, привлечение дополнительных источников информации и т.д.; группа делает предварительные выводы, проводит сбор мнений и т.д., продвигаясь к согласию).

На первом этапе осуществляется выбор темы. Тема может быть предложена преподавателем, подсказана конкретной ситуацией/событием или определена на основе предварительной беседы. Для обеспечения результативности дискуссии предполагается глубокое изучение вопроса, который будет обсуждаться.

Второй этап — это собственно проведение дискуссии. Дискуссия открывается вступительным словом ведущего. Он объявляет тему, дает ее обоснование, выделяет предмет спора — положения и суждения, подлежащие обсуждению. Участники дискуссии должны четко представлять, что является пунктом разногласий, а также убедиться, что нет терминологической путаницы, что они в одинаковых значениях используют слова. Поэтому ведущий определяет основные понятия через дефиницию, контрастные явления, конкретизаторы (примеры), синонимы и т. п. Стороны аргументируют защищаемый тезис, а также возражения по существу изложенных точек зрения, задают вопросы разных типов.

Успех дискуссии во многом зависит от ведущего, которому необходимо:

заинтересовать участников дискуссии, настроить их на полемический лад, создать обстановку, при которой каждый студент не только не стеснялся бы высказывать свое мнение, но и стремился его отстаивать;

не препятствовать желающим выступить, но и не принуждать к выступлению, стараться, чтобы сформировалась атмосфера искренности и откровенности;

стимулировать активность участников, задавать острые, активизирующие вопросы, если спор начинает гаснуть.

В этом помогают следующие приемы: парадокс, неожиданное суждение, своеобразное мнение, резко расходящееся с общепринятым, даже противоречащее на первый взгляд здравому смыслу; неожиданный вопрос; реплика – краткое возражение, замечание с места, которое тоже

настраивает на дискуссию, свидетельствует об активности слушателя, его желании уяснить вопрос, проверить свою точку зрения. сопоставить различные точки зрения, обобщить их с тем, чтобы позиции участников дискуссии были представлены как можно отчетливее, направлять дискуссию в русло намеченной цели; не исправлять заблуждающихся, предоставлять такую возможность слушателям; когда это целесообразно, вопрос, адресованный ведущему, переадресовать слушателям; корректировать, направлять дискуссионный диалог на соответствие его цели, теме, подчеркивая то общее, что есть во фразах спорящих; выбрать подходящий момент для окончания дискуссии, не нарушая логику развития спора.

Любой спор, даже идущий по всем правилам логики, может погубить одно обстоятельство: если участники дискуссии забывают об этике спора.

Для студентов крайне важно помнить о правилах спора, к которым относятся следующие:

- прежде чем выступать, следует определить, какова необходимость вступать в спор;
- необходимо тщательно продумать то, о чем будете говорить;
- краткое и ясное изложение своей точки зрения: речь должна быть весома и убедительна;
- лучшим доказательством или способом опровержения являются точные и бесспорные факты; если доказана ошибочность мнения, следует признать правоту своего «противника»;
- начинайте возражать только тогда, когда вы уверены, что мнение собеседника действительно противоречит вашему;
- вначале приводите только сильные доводы, а о слабых говорите после и как бы вскользь;
- следите за тем, чтобы в ваших рассуждениях не было логических ошибок;
- необходимо помнить о культуре общения, уметь выслушать другого, уловить его позицию, не повышать голос, не прерывать выступающего, не делать замечаний, касающихся личных качеств участников обсуждения, избегать поспешных выводов; не следует вступать в пререкания с ведущим по ходу проведения дискуссии, в процессе спора старайтесь убедить, а не уязвить оппонента.

На третьем заключительном этапе подводятся итоги дискуссии.

В конце отмечается, достигнут ли результат, формируется вариант согласованной точки зрения или обозначаются выявленные противоположные позиции, их основная аргументация. Ведущий в заключительном слове характеризует состояние вопроса, а также отмечает наиболее конструктивные, убедительные выступления, тактичное поведение некоторых коммуникантов.

На данном этапе студентам предлагается оценить результативность дискуссии по следующим критериям:

- системность, точность и логичность изложенных аргументов;
- последовательность, ясность и полнота сделанных выводов;
- умение слушать оппонентов, принимать и оценивать их позицию;
- владение культурой речи, степень включенности в дискуссию каждого участника и проявления интереса к обсуждаемым вопросам.

Дискуссия требует строгого распределения времени. Время - чрезвычайно большая ценность. На каждое выступление в дискуссии отводится не более 3 минут. По истечении этого времени выступающему дается шанс кратко завершить свою мысль и аргументы, после чего он лишается слова. Для изложения мнения эксперта или программного выступления отводится от 5 до 15 минут.

Оценка знаний в ходе проведения коллоквиума

Коллоквиумом называется собеседование преподавателя и студента по заранее определенным контрольным вопросам. Целью коллоквиума является формирование у студента навыков анализа

теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы. На коллоквиум выносятся крупные, проблемные, нередко спорные теоретические вопросы. От студента требуется:

- владение изученным в ходе учебного процесса материалом, относящимся к рассматриваемой проблеме;
- знание разных точек зрения, высказанных в научной литературе по соответствующей проблеме, умение сопоставлять их между собой;
- наличие собственного мнения по обсуждаемым вопросам и умение его аргументировать.

Коллоквиум - это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний студентов, так как в ходе собеседования преподаватель разъясняет сложные вопросы, возникающие у студента в процессе изучения данного источника. Однако коллоквиум не консультация и не экзамен. Его задача добиться глубокого изучения отобранного материала, пробудить у студента стремление к чтению дополнительной социологической литературы.

Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Как правило, на самостоятельную подготовку к коллоквиуму студенту отводится 2-3 недели. Методические указания состоят из рекомендаций по изучению источников и литературы, вопросов для самопроверки и кратких конспектов ответа с перечислением основных фактов и событий, относящихся к пунктам плана каждой темы. Это должно помочь студентам целенаправленно организовать работу по овладению материалом и его запоминанию. При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым студентом или беседы в небольших группах (2-3 человека). Обычно преподаватель задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, проверяет конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания. По итогам коллоквиума выставляется дифференцированная оценка по пятибалльной системе.

Методические рекомендации по подготовке к деловой игре

Преподаватель - руководитель игры заранее, за несколько дней до ее проведения собирает учебную группу и разъясняет студентам цель, задачи, условия, процедуру, время и место ее проведения, характер подготовительной работы к ней. Необходимо, чтобы студенты имели на руках сценарий деловой игры и предварительно внимательно прочитали его.

С участием студентов тщательно прорабатываются основные характеристики и особенности предлагаемых ролей. Студенты могут предложить ввести в игру новые роли, а также внести соответствующие коррективы в предложенную для обсуждения ситуацию. С участием преподавателя и студентов подбираются (назначаются) ключевые фигуры игры. Приветствуется самовыдвижение студентов на роли.

Студентам, играющим роли, следует заблаговременно ознакомиться с необходимыми материалами, которые могут потребоваться в ходе деловой игры.

Можно рекомендовать студентам предварительно подготовить тезисы выступлений (докладов), проект решения, вопросы к участникам и использовать их в ходе игры.

Непосредственно перед проведением игры преподаватель проверяет готовность студентов к игре, в случае необходимости консультирует их, оказывает помощь. При этом он ориентирует студентов, чтобы деловая игра носила дискуссионный, творческий характер с активным участием всей учебной группы.

5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Задания в форме деловой игры:

Тема 5. Коммерческие переговоры с иностранными партнерами

Деловая (ролевая) игра «Выбор необходимого отечественной компании оборудования у иностранных партнеров»

1. Описание деловой игры

Цель игры - выработка навыков проведения переговоров. Игрокам будет необходимо проявить ряд качеств, таких как умение отстаивать свою позицию, умение убеждать, грамотно анализировать ситуацию и т. п. Выступления игроков должны быть осмысленными, логически обоснованными и выразительными.

Во время игры все участники делятся на группы. Ряд игроков будут представлять отечественную компанию, ряд — иностранные фирмы, которым могут поставить оборудование.

В согласованной последовательности представители отечественной компании будут проводить переговоры с зарубежными фирмами. По завершении переговоров предприятия должны выбрать необходимое для отечественной компании оборудование, наиболее соответствующую ее нуждам.

Во время деловой игры участников будет оценивать экспертная комиссия. Будут оцениваться такие качества, как умение вести деловую беседу, умение грамотно преподнести услуги своей фирмы в поставке оборудования, умение убеждать оппонента.

Игра поможет участникам лучше понять себя, выявить не только свои достоинства, но и недостатки, что поможет дальнейшему совершенствованию участников как менеджеров.

Задача игры

Для представителей отечественной компании: на основе выданной информации и общения с представителями зарубежных фирм выделить основные критерии при выборе требуемого оборудования.

Для представителей зарубежных фирм: получить навыки общения с клиентами. Для экспертной комиссии: оценить работу менеджеров и выделить основные критерии при выборе поставщиков оборудования.

2. Концепция игры

1. Введение, раздача материалов и ролей. В начале, ведущие знакомят участников с целями игры и ее содержанием. Затем участники разбиваются на 10 групп, путем жеребьевки (4 представителя зарубежных фирм, 2 представителя отечественной компании и рекламное агентство, 2 экспертных комиссии). Каждая группа состоит примерно из трех-четырёх человек. После раздачи ролей участники рассаживаются на отведенные игровые места и получают от организаторов раздаточный материал.

2. Ознакомление с ролями, подготовка. После выдачи раздаточного материала, каждой зарубежной фирме дается 10-15 минут на ознакомление с ролями и подготовку к ведению переговоров. Участникам следует выработать особую стратегию переговоров. Каждая зарубежная фирма имеет как сильные, так и слабые стороны, и ее представители должны правильно и грамотно это использовать, обратив внимание заказчика на плюсы и объяснив минусы. Представители отечественной компании и рекламное агентство получают начальную информацию об имеющемся оборудовании, где указаны цены, ассортимент и краткая история. На основе этих

данных они могут сделать предварительное заключение и подготовить ряд вопросов к представителям зарубежных фирм.

3. *Общение с представителями зарубежных фирм.* После истечения отведенного времени игроки переходят к непосредственно переговорам. Каждое предприятие внимательно выслушивает презентацию зарубежных фирм, задает дополнительные вопросы и отвечает на вопросы представителей отечественной компании. Представители зарубежных фирм должны обращать особое место на плюсы своего оборудования и стараться сгладить минусы. Экспертная комиссия не участвует в переговорах.

4. *Совещание, вынесение решения, выступление экспертной комиссии.* После презентаций всех зарубежных фирм представители рекламного агентства и отечественной компании выносят окончательное, обоснованное решение относительно выбора оборудования, обращая особое внимание на критерии, по которым был сделан выбор, а также оценку работы представителей зарубежных фирм. Экспертная комиссия так же подводит итоги игры, оценивая, как выступление представителей зарубежных фирм, так и выбор, сделанный отечественной компанией и рекламным агентством.

Игра может проводиться одновременно для двух фирм (рекламное агентство и отечественная компания).

Подведение итогов деловой игры: Преподаватель, ведущий деловую игру, разбирает ее ход, акцентируя внимание как на правильных, так и на ошибочных решениях.

Задания в форме кейс-задачи:

Тема 4. Организационный менеджмент и управление персоналом: глобальный аспект

Ситуация 1. Генеральный директор Международного центра по обучению управлению персоналом обратился в консультационную компанию, специализирующуюся в области управления персоналом. За три года своего существования Центр превратился из объединения трех бывших коллег в мощное учебное заведение, реализующее десятки программ профессионального обучения. В Центре работает 15 штатных инструкторов и 5 технических сотрудников. Генеральный директор Центра также периодически приглашает преподавателей со стороны, с которыми заключаются разовые контракты. Центр проводит обучение руководителей, специалистов по финансам, бухгалтерскому учету и стратегическому управлению, предлагая общие курсы для всех желающих, а также разрабатывая специальные программы по заказу организаций. На долю последних приходится до 70 % объема работ Центра. По мнению Генерального директора Центра, начальный период развития организации с идеологией "компания = семья" (когда каждый старался изо всех сил) завершился. Центр перерос границы неформальной организации и нуждается в формальной системе оценки работы каждого сотрудника.

Вопросы для обсуждения

1. Какие цели в области управления персоналом стоят перед Центром?
2. Какую систему оценки работы сотрудников вы бы предложили Генеральному директору?

Ситуация 2. Отдел человеческих ресурсов Европейской штаб-квартиры многонациональной корпорации провел анонимный опрос сотрудников с целью выяснения их отношения к процедуре аттестации, проводимой в штаб-квартире по классической схеме, - ежегодное аттестационное собеседование с руководителем, заполнение специальных форм оценки и плана развития, повышение базового оклада в соответствии с аттестационной оценкой. Собрать мнение сотрудников было достаточно сложно, поскольку большинство из них проводит львиную долю рабочего времени в региональных филиалах и лишь иногда появляется в центральном офисе. Всего было возвращено 70 из 154 разосланных сотрудникам анкет. Проведенный опрос дал следующие результаты:

- 65 % сотрудников не удовлетворены аттестацией как методом оценки их работы;

- 50 % сотрудников считают, что руководители не могут объективно оценить их работу, поскольку не располагают необходимой для этого информацией;
- 45% сотрудников считают аттестационное собеседование формальным отражением заранее принятого решения;
- 12 % сотрудников утверждают, что их руководители вообще не проводят собеседования, а просят подписать заранее заполненную форму;
- 68% сотрудников не чувствуют, что результаты аттестации используются для чего-либо, помимо повышения оклада;
- 75 % проводивших аттестацию руководителей пожаловались на недостаток времени для ее подготовки и проведения;
- 25 % руководителей признались, что испытывают сложности в случаях, когда необходимо критиковать аттестуемых и регулярно завышают аттестационные оценки.

Вопросы для обсуждения

1. О чем свидетельствуют результаты проведенного опроса?
2. В чем причины сложившейся в коллективе ситуации?
3. Какие меры по усовершенствованию системы оценки персонала вы бы предложили предпринять отделу человеческих ресурсов штаб-квартиры корпорации?

Вопросы для коллоквиума

Тема 1. Международный бизнес и особенности его организации

Вопросы для проведения коллоквиума:

1. Сущность, этапы развития, цели, виды и внешняя среда международного бизнеса.
2. Виды международного бизнеса, его классификационные разновидности.
3. Среда международного бизнеса и ее структура.
4. Основные тенденции развития международного бизнеса в условиях глобализации мировой экономики.
5. Особенности организации международного бизнеса во внешней торговле.
6. Факторы, формирующие среду международного бизнеса: контролируемые и неконтролируемые.

Тема 6. Транспортно-логистическое обеспечение международного бизнеса

1. Государственная система мер, регулирующих деятельность международных организаций.
2. Классификация мероприятий, используемых государством для привлечения международных компаний.
3. Основные многосторонние универсальные конвенции по вопросам зарубежного предпринимательства.

Темы для дискуссии (полемики, диспута, дебатов):

Тема 3. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций.

Вопросы для проведения дискуссии:

1. Основные значимые черты внешней среды международного бизнеса.
2. Внешняя среда международного бизнеса: многокомпонентный анализ.
3. Внешняя среда международного бизнеса: практический анализ в интересах управленческих решений.
4. Понятие политического и экономического риска в международном бизнесе.
5. Международные системы оценки рисков ведения бизнеса в различных странах.

6. Международные системы рейтингов различных стран

Практические задания (разноуровневые задачи):

Тема 2. Торговля и иностранные инвестиции в международном бизнесе

Задание 1. Проблемы проникновения на зарубежный рынок

Фирма X GmbH (Германия) более 20 лет специализируется на производстве арматуры и принадлежностей для ванных комнат, а также 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. Посоветуйте 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.

Тема 3. Анализ зарубежных рынков и способы выхода на зарубежные рынки

Задание 2. Спрос и предложение на рынке радиоприемников США имеет следующую динамику:

| Цена, долл. США | Объем спроса, млн шт. | Объем предложения, млн шт. |
|-----------------|-----------------------|----------------------------|
| 5 | 5 | 2 |
| 10 | 4 | 3 |
| 15 | 3 | 4 |
| 20 | 2 | 5 |

Спрос и предложение на рынке радиоприемников в Японии имеет следующую динамику:

| Цена, долл. США | Объем спроса, млн шт. | Объем предложения, млн шт. |
|-----------------|-----------------------|----------------------------|
| 5 | 2,5 | 1 |
| 10 | 2 | 3 |
| 15 | 1,5 | 5 |
| 20 | 1 | 7 |

Предположим, что между этими странами осуществляется свободная торговля.

Ответьте на вопросы:

1. Какова будет равновесная цена на радиоприемники?
2. Какая страна будет экспортировать радиоприемники в другую страну?
3. Каков будет объем экспорта?

Проблемно-аналитические задания

Задание 1. Установление цены на новый товар

Компания E.J.Ltd, производящая довольно широкий ассортимент медицинских инструментов как для специализированных учреждений, так и для продажи потребителям через

сеть основных фармацевтических магазинов и аптек, занимает прочное положение на британском рынке, а также известна за рубежом. В настоящее время в стадии разработки находится новая модель цифрового термометра для широкого потребителя. Рынок бытовых термометров в Великобритании отличается традиционным консерватизмом. Недавнее исследование показывает, что только 35% семей имеют термометры, причем 75% из них представляют собой обычные стеклянные ртутные термометры. Эти изделия E.J.Ltd выпускала десятилетиями.

Исследования, проведенные компанией, подтвердили эти данные, но дополнили их весьма важными сведениями: оказалось, что 90% домашних хозяйств, пользующихся обычным термометром, считают его небезопасным для маленьких детей.

Кроме того, опрос выборки показал, что практически все респонденты отмечают трудности в считывании информации со шкалы обычного градусника и испытывают неуверенность в правильности измерения температуры. 50% респондентов, не владеющих термометром, сожалеют, что до сих пор не купили его.

Фирма пришла к заключению, что исследования показывают скрытую потребность в новом изделии. Новый градусник сделан из прочного небьющегося полимерного материала, снабжен легко читаемым цифровым дисплеем, встроенным таймером со звуковым сигналом, который помогает пользователю скорректировать время измерения температуры и узнать, когда можно считывать показания шкалы.

Фирма считает, что ее новая модель лишена всех недостатков обычного термометра.

Следующая задача, стоящая перед фирмой, – провести рыночные испытания товара, для чего выбран Лондон и юго-восточный регион Великобритании, но разработка плана маркетинга еще не закончена.

Кроме E.J.Ltd на британском рынке обычно термометры и другую медицинскую технику производят еще три фирмы. Но они не в такой степени известны потребителю, так как появились на рынке полтора года назад. Они продают свою продукцию через аптеки по цене от 7,95 до 11,95 ф. ст.

Вопросы:

1. Определите целевые сегменты и дайте их характеристику.
2. Посоветуйте фирме, как позиционировать товар.
3. Разработайте рекомендации по ценовой политике.

Задание 2. Исследование рынка и сбор информации о возможности сбыта своей продукции

Фирма «Русь» является основным производителем прессового оборудования в России и располагает долей рынка 27%. Три года назад эта фирма заключила с американской компанией Caterpillar франчайзинговое соглашение, поручив ей целиком сбыт своей продукции под торговой маркой Caterpillar. Оценив достигнутые успехи в сбыте прессового оборудования на американском рынке, «Русь» решила ос47 48 воить рынки Германии и Франции. Для этого фирма откомандировала четырех своих сотрудников для сбора информации в Германию.

Вопросы:

1. Какую информацию о рынке им необходимо собрать?
2. Какой вид проекта исследований должен быть разработан?
3. Как будет выглядеть схема исследования рынка в данном случае?

Задание 3. Этичность в международном бизнесе

Выход на мировую арену для компаний зачастую связан с поиском не только новых рынков, но и новых возможностей для ведения бизнеса. При этом благоприятные условия, существующие в других странах, могут стать не просто способом сэкономить на издержках, но и поводом для обвинения в неэтичности, приводящим зачастую к громким скандалам и большим убыткам: использование детского труда, несовершенства законов в области охраны окружающей среды и т.д.

Как определить грань, переступать которую не следует? И нужно ли: ведь если компания не воспользуется преимуществами глобальной среды, то это наверняка сделает кто-то из ее конкурентов?

Задание:

1. Проанализируйте известные вам случаи неэтичного поведения бизнес-субъектов.
2. Перечислите, с какими типами неэтичного поведения может столкнуться международная компания при осуществлении своей деятельности.
3. Обсудите, каким образом компания может предостеречь своих сотрудников от неэтичного поведения.

Темы докладов, сообщений

Тема 7. Отношение международных компаний с государством

1. Международный бизнес в эпоху глобализации..
2. Организация международного бизнеса.
3. Генезис и эволюция ТНК.
4. Транснационализация в современных мирохозяйственных отношениях. Теории транснационализации.
5. Внутренняя политика, философия и идеология ТНК.
6. Стратегия корпорации и глобальная стратегия.
7. Современный менеджмент как основа успешного хозяйствования.
8. Организация международного бизнеса.
9. Генезис и эволюция ТНК.
10. Транснационализация в современных мирохозяйственных отношениях. Теории транснационализации.
11. Внутренняя политика, философия и идеология ТНК.
12. Стратегия корпорации и глобальная стратегия.
13. Управление подразделениями фирмы.
14. Организация управления международным бизнесом компаний. Вертикальная диверсификация МНК. Горизонтальная диверсификация МНК.
15. Практический опыт использования управления подразделениями.
16. Системы контроля в МНК. Типы систем контроля и их характеристика.
17. Примеры реализации международного менеджмента в бизнесе компаний развитых стран.
18. Внутренняя и внешняя среда фирмы.
19. Анализ внешней среды международного бизнеса.
20. Организационная структура международной компании.
21. Особенности планирования в МНК. Стратегическое планирование в МНК. Оперативное планирование.
22. Стратегии МНК на мировых рынках. Факторы, определяющие зарубежные стратегии предприятий.
23. Кадровая политика в международном бизнесе.
24. Технологическая политика корпорации.
25. Специфика финансовой и инвестиционной политики в международных фирмах.
26. Обоснование целесообразности создания фирмы за рубежом.
27. Конкурентные преимущества МНК. Укрепление и расширение конкурентных преимуществ фирм на мировых рынках.
28. Стратегические альянсы как способ вхождения на мировые рынки. Методы снижения риска альянсов.
29. Слияния и поглощения как способ вхождения на мировые рынки. Оценка выгод и затрат при слияниях и поглощениях.
30. Разработка стратегии бизнеса международной компании в России.

Тестовые задания

Тема 7. Отношение международных компаний с государством

Выберите один или несколько ответов.

1. Основу господства международных корпораций на мировом рынке составляют:

- а) прямые инвестиции
- б) портфельные инвестиции
- в) поддержка государства

2. Кто является автором наиболее авторитетного в мире исследования о конкурентоспособности стран и наций:

- а) Шумпетер
- б) Портер
- в) Даннинг

3. Международный банк реконструкции и развития (МБРР):

- а) наблюдает за валютной политикой государств
- б) оказывает помощь государствам, имеющим трудности с платежным балансом
- в) оказывает помощь и содействие Центральным банкам различных государств

4. Сделка, когда посредник сбывает от своего имени товар, поставленный продавцом на склад посредника, называется:

- а) консигнационной
- б) дистрибьютерской
- в) компенсационной

5. Процесс, вызванный усилением и изменением в международной конкуренции, насыщением местных рынков и потребностью фирмы в экспансии на зарубежные рынки, называется:

- а) вертикальной интеграцией
- б) стратегическим планированием
- в) интернационализацией

6. Международный франчайзинг — это:

- а) особое соглашение, в соответствии с которым фирма продает свой управленческий опыт и ставит менеджмент зарубежной компании
- б) особая форма лицензии, в которой компания позволяет другой компании использовать свою систему ведения бизнеса в целом под ее маркой за определенную плату
- в) соглашение в соответствии с которым, компания позволяет зарубежной фирме использовать ее технологию, патенты, торговые марки, авторские права за определенную плату (роялти)

7. Ключевое отличие международного совместного предприятия (МСП) от других форм внешнеэкономических связей:

- а) наличие иностранных партнеров
- б) наличие более одного учредителя
- в) наличие общей собственности

8. Что выгодно отличает стратегию слияний и поглощений от стратегии органического роста в международном бизнесе:

- а) одномоментное обретение конкурентных преимуществ
- б) многомоментное обретение конкурентных преимуществ
- в) медленная адаптация компании к незнакомым рынкам

9. Что выгодно отличает стратегию слияний и поглощений от стратегии органического роста в международном бизнесе:

- а) медленная адаптация компании к незнакомым рынкам
- б) многомоментное обретение конкурентных преимуществ
- в) быстрая адаптация компании к незнакомым рынкам

10. Порядок рассмотрения споров во внешней торговле:

- а) Бай-бэк
- б) Арбитраж
- в) Демпинг

11. Из представленных наиболее типичных событий политического и экономического риска по ведению международных деловых операций, выделите событие микроэкономического риска:

- а) препятствия для репатриации прибыли или собственности иностранных компаний
- б) военизированный разгон студенческой демонстрации
- в) досрочные парламентские выборы

12. Из представленных наиболее типичных событий политического и экономического риска по ведению международных деловых операций, выделите событие микроэкономического риска:

- а) досрочные парламентские выборы
- б) экспроприация корпоративных активов
- в) военизированный разгон студенческой демонстрации

13. Что из перечисленного не может служить источником данных о международной конкурентоспособности стран:

- а) исследования Хекшера-Оллиана
- б) рейтинг Euromoney
- в) исследование Портера

14. Основное отличие международного совместного предприятия (МСП) от других форм экономических союзов:

- а) долговременный характер
- б) наличие межфирменного кооперационного соглашения
- в) акционерная основа

15. Непатентованное научно-техническое достижение и производственный опыт конфиденциального характера – это:

- а) Ноу-хау
- б) Лизинг
- в) Патент

16. Укажите базисные условия поставки товаров, в которые входит уплата таможенной пошлины:

- а) EXW
- б) DDP
- в) FOB

17. Какая из стратегий ведения международных операций обладает наименьшим риском:

- а) лицензирование
- б) экспорт
- в) франчайзинг

18. Крупнейшая американская информационная компания, представляющая сведения о компаниях мира:

- а) General Electric
- б) Dun & Breadstreet
- в) General Motors

19. Что является исключением из перечня форм международных инвестиционных связей:

- а) создание свободных экономических зон
- б) концессии
- в) международная миграция рабочей силы

20. Укажите вид цены контракта по способу фиксации, когда в договоре указано, что «цена не подлежит изменению в последующем»:

- а) цена с последующей фиксацией
- б) твердая цена

в) бартерная цена

21. Тарифы и квоты являются инструментами политики:

а) протекционизма

б) политического развития

в) свободной торговли

22. В международном товарообороте принято выделять так называемый «невидимый товар», под которым понимаются:

а) транспортные услуги

б) туристические услуги

в) технологии

23. Постоянный координирующий орган СНГ – это:

а) Совет глав государств

б) Таможенный совет

в) Экономический совет

24. Во внешнеторговом обороте различают такие объемы внешней торговли, как:

а) классические

б) стоимостные

в) предметные

25. Во внешнеторговом обороте различают такие объемы внешней торговли, как:

а) ценностные

б) общие

в) физические

26. Производство тех товаров, по которым страна обладает относительным преимуществом:

а) специфика

б) специализация

в) монополизация

27. Соглашение, заключенное сторонами внешнеэкономической деятельности в отношении уже возникшего спора:

а) третейская запись

б) арбитражная оговорка

в) форс-мажор

28. Целью размещения капитала за рубежом в отношении прибавочной стоимости является ее:

а) реализация

б) сохранение

в) издание

29. К сферам международного кооперирования производства из перечисленного не относится:

а) экономическая

б) послепродажное обслуживание

в) торговая

30. Основным фактором развития международных экономических отношений является:

а) рост народонаселения

б) различие в наделенности ресурсами

в) многообразии политических систем

Контролируемые компетенции: ПК-6, ПК-15, ПК-17, ПК-22.

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицами 4 и 5.

Вопросы к зачету

1. Основные тенденции международного бизнеса в условиях глобализации.
2. Факторы, формирующие среду международного бизнеса.

3. Основные направления международного бизнеса в современных условиях.
4. Основные направления воздействия Всемирной торговой организации на международный бизнес.
5. Социально-экономические составляющие международного бизнеса.
6. Среда международного бизнеса.
7. Национальные особенности бизнес - культур.
8. Система оценки и анализа зарубежных рынков.
9. Этапы и способы вхождения на зарубежные рынки.
10. Роль маркетинга в международном бизнесе.
11. Особенности маркетинговой стратегии при стандартизации, адаптации и продвижении нового товара.
12. Стратегическая деятельность фирмы в условиях глобализации: сущность, цели, задачи, виды.
13. Международные стратегические альянсы: цели создания, особенности структуры и менеджмента.
14. Организационный менеджмент в международном бизнесе.
15. Основные стратегии зарубежного производства: стратегия концентрации, стратегия децентрализации.
16. Специфика логистического управления в международном бизнесе.
17. Особенности управления персоналом в международном бизнесе.
18. Специфика кадровой стратегии международных корпораций.
19. Особенности системы оплаты труда и трудовых отношений в международных корпорациях.
20. Условия функционирования международных компаний на территории принимающих государств.
21. Стратегические цели компании и управление рисками в международном бизнесе.
22. Основные направления регулирования принимающими государствами деятельности международных компаний.
23. Национальное и международное регулирование деятельности международных компаний.
24. Виды стратегий функционирования компаний на международных рынках: зарубежная, транснациональная, международная, глобальная.

Вопросы к экзамену

1. Понятие международного бизнеса. Основные отличия международного бизнеса от внутреннего.
2. Формы международной предпринимательской деятельности. Глобализация и изменение условий ведения международного бизнеса.
3. Правовые системы различных стран мира (общее право, гражданское, религиозное, бюрократическое). Законы, регулирующие деятельность международной компании (законы, ориентированные на внутренний рынок; законы, непосредственно регулирующие международные деловые операции; законы, направленные против иностранных компаний).
4. Разрешение споров в международном бизнесе.
5. Понятие технологической среды в международном бизнесе.
6. Инвестиции как способ формирования новой технологической среды.
7. Трансфер технологий в международной практике. Защита прав на интеллектуальную собственность.
8. Политическая среда и политический риск в международном бизнесе.
9. Роль культуры в международном бизнесе. Характеристики культуры. Элементы культуры.
10. Роль культуры в международном бизнесе. Способы коммуникации. Религия.
11. Роль культуры в международном бизнесе. Ценности и установки.
12. Роль культуры в международном бизнесе. Контекстуальный подход Холла.
13. Факторы национальной культуры Хофстеде.

14. Понятие этики в международном бизнесе. Этика в кросс-культурном и международном
15. Управление этикой поведения в зарубежных странах. Сферы социальной ответственности.
16. Управление социальной ответственностью компаний, ведущих бизнес в зарубежных странах.
17. Задачи международного стратегического менеджмента. Стратегии ведения международного бизнеса. Стратегические альтернативы.
18. Элементы международной стратегии. Разработка международных стратегий.
19. Анализ зарубежных рынков (оценка альтернативных зарубежных рынков, потенциал рынка, уровень конкуренции, правовая и политическая среда, влияние социо-культурных факторов, оценка затрат, доходов и рисков)
20. Выбор способа проникновения на зарубежный рынок. Экспорт товаров или услуг на зарубежные рынки.
21. Выбор способа проникновения на зарубежный рынок. Международное лицензирование.
22. Международный франчайзинг.
23. Выбор способа проникновения на зарубежный рынок. Специализированные способы проникновения в международном бизнесе. Прямые иностранные инвестиции.
24. Международное сотрудничество компаний. Преимущества стратегических альянсов.
25. Типы стратегических союзов. Организация деятельности стратегических альянсов.
26. Сложности функционирования стратегических альянсов.
27. Сущность международной организационной структуры.
28. Глобальные организационные структуры (глобальная продуктовая структура, глобальная географическая структура, глобальная функциональная структура, глобальная структура, ориентированная на потребителя, глобальная матричная структура).
29. Функция контроля в международном бизнесе (стратегический, организационный, операционный контроль). Управление функцией контроля в международных компаниях.
30. Поведение индивида в международной компании. Мотивация в международных компаниях.
31. Лидерство в международных компаниях. Принятие решений в международном бизнесе.
32. Группы и команды в международной компании.
33. Международное управление маркетингом.
34. Продуктовая политика компании. Аспекты и решения ценовой политики.
35. Вопросы и решения относительно продвижения товара.
36. Вопросы и решения в сфере дистрибуции.
37. Природа международного операционного менеджмента.
38. Производственный менеджмент.
39. Международные операции по оказанию услуг.
40. Управление эффективностью на международных предприятиях.
41. Управление качеством на международных предприятиях.
42. Информационный менеджмент на международных предприятиях.
43. Национальные отличия в финансовом учете.
44. Попытки гармонизации систем финансовой отчетности. Финансовый учет международных деловых операций.
45. Вопросы международного налогообложения.
46. Разрешение международных налоговых конфликтов.
47. Природа международного управления человеческими ресурсами. Потребности международного обеспечения управленческими кадрами.
48. Международное управление человеческими ресурсами. Рекрутирование и отбор. Обучение и развитие.
49. Оценка результатов труда в международной компании и размеры компенсации. Сохранение и текучесть.