

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра менеджмента и маркетинга

«УТВЕРЖДАЮ»

« 29 » 08 2025 г.

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент

 Абдулаева М. Р.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

«Международный бизнес»

Направление подготовки – 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы «Международный менеджмент»

Форма подготовки - очная

Уровень подготовки - магистратура

Душанбе 2025

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**
по дисциплине «Международный бизнес»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы, модули ¹	Формируемые компетенции	Оценочные средства		
			Количество выполняемых заданий	Другие оценочные средства	
				Вид	Количество
1.	Международный бизнес (МБ) и особенности его организации	УК-5 ПК-1 ПК-4	2	Письменная работа	1
				Доклад	1
2.	Иностранные инвестиции в МБ	УК-5 ПК -1 ПК-4	3	Письменная работа	1
				Доклад	1
				Реферат	1
3.	Совместное предпринимательст во в МБ	УК-5 ПК-1 ПК-4	2	Письменная работа	1
				Реферат	1
4.	Свободные экономические зоны (СЭЗ) в МБ.	УК-5 ПК-1 ПК-4	3	ЭССЕ	1
				Доклад	1
				Письменная работа	1
5.	Коммерческие переговоры с иностранными партнерами. PR в МБ	УК-5 ПК-1 ПК-4	4	Доклад	2
				ЭССЕ	1
				Письменная работа	1
Всего:			14	4	14

ТЕМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ
(рефератов, докладов, ЭССЕ, письменных работ)

Тема 1. Введение. Международный бизнес и особенности его организации

1. Сущность, виды, формы, сферы, система бизнеса в современных условиях
2. Этапы развития и особенности организации МБ

Тема 2. Иностранные инвестиции в МБ

1. Иностранные инвестиции и международная инвестиционная деятельность
2. Инвестиционный климат, эффект иностранных инвестиций, степень привлекательности страны.

3. Риски в МБ и методы управления ими

Тема 3. Совместное предпринимательство в МБ

1. Экономическая сущность совместного предпринимательства
2. Причины, принципы и этапы создания СП.

Тема 4. Свободные экономические зоны (СЭЗ) в МБ.

1. Понятие и цели создания СЭЗ.
2. Предпосылки создания и основные виды СЭЗ.
3. Оффшорные зоны как особый тип СЭЗ.

Тема 5. Коммерческие переговоры с иностранными партнерами. PR в МБ

1. Особенности деловой культуры разных стран в МБ. МБ как доверие партнеров. Основные черты ведения этичного бизнеса.

¹ Наименования разделов, тем, модулей соответствуют рабочей программе дисциплины.

2. Организационно-техническая подготовка и документальное оформление результатов переговоров.
3. МБ и функции PR, его составляющие
4. Практика рекламы в области PR. Реклама в СМИ

Критерии оценивания рефератов и письменных работ

Общая часть

1. Введение	По 5-и
Обозначение актуальности рассматриваемого вопроса, указание цели и задачи, аргументов.	балльной шкале
2. Рассмотрение основных вопросов, анализ существующей ситуации на примере современных организаций и предприятий, особенности ведения международного бизнеса на современном этапе и т.п.	--/--
3. Заключение	
Подведение итогов, приведение собственных умозаключений и совершенствование рассматриваемых вопросов.	--/--
4. Работа с литературой (основная, дополнительная, ссылки, сноски и т.д.)	
5. Качество (оформление) представления текста (структурированность, логичность, ясность и стиль изложения).	--/--
6. Обоснованность положений автора и аргументы для доказательства своих утверждений.	--/--

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Для выполнения конкретного задания, прежде всего, необходимо ознакомиться и изучить основные положения теоретических материалов соответствующей темы из литературных источников. Они указаны в разделе 3 рабочей программы «Структура и содержание дисциплины». Большинство заданий выполняются в виде доклада, реферата, эссе, анализа существующей ситуации, решения задач, а также презентации результатов самостоятельно выполненного семестрового задания по выбранной теме.

Текущая самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданному вопросу;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям и КСР;
- подготовка к промежуточному контролю, экзамену.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа магистрантов ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение их творческого потенциала и включает в себя следующие виды работ по основным проблемам курса:

- поиск научных источников, анализ деятельности современных международных предприятий и организаций с целью организации и ведения в них деятельности по бизнесу;
- решение соответствующих задач по изучаемым темам;
- исследовательская работа и участие в научных конференциях и семинарах.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Для этого, магистрантам данного направления необходимо посещать лекционные, практические (семинарские) занятия и КСР. Внимательно прослушивая лекции, самостоятельно готовясь к обсуждению тем, необходимо активно участвовать в дискуссиях на занятиях и сдать своевременно самостоятельные работы. Магистрантам рекомендуется уделить особое внимание выполнению самостоятельной работы в виде решения задачи примеров на практических занятиях и защите своих позиций по рассмотрению конкретных ситуаций при сдаче самостоятельных работ. Кроме того, магистрантам необходимо изучить перечень рекомендуемой литературы и на примере деятельности современных международных предприятий и организаций рассмотреть конкретную ситуацию. При этом основой для изучения дисциплины является изучение необходимой литературы, конспекты лекций и результаты практических и семинарских занятий, КСР. В частности, выполнение самостоятельной работы заключается в решении задач, рассмотрении конкретных ситуаций из практической деятельности современных международных организаций и предприятий. Выполненную самостоятельную работу на практическом занятии и в процессе КСР магистранты будут обсуждать вместе с группой и преподавателем. Семинарские (практические) занятия и КСР должны следовать после окончания изучения лекционного материала, где проводится опрос магистрантов по составленным контрольным вопросам темы (приведены ниже) с целью оценки уровня освоенных тем при изучении данной дисциплины.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

В основу применяемой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга магистранта осуществляется постоянно в процессе его обучения в магистратуре. Настоящая система оценки успеваемости основана на использовании совокупности контрольных точек, равномерно расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. При этом предполагается разделение всего курса на ряд более или менее самостоятельных, логически завершенных блоков и разделов и проведение по ним промежуточного контроля.

Магистрантам выставляются следующие оценки за выполнение самостоятельных заданий:

- **оценка «отлично»:** контрольные задачи, а также самостоятельно выполненные семестровые задания, выполненные полностью и сданные в срок в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- **оценка «хорошо»:** задание выполнено и в целом отвечает предъявляемым требованиям, но имеются отдельные замечания в его оформлении или сроке сдачи;
- **оценка «удовлетворительно»:** задание выполнено не до конца, отсутствуют ответы на отдельные вопросы, имеются отклонения в объеме, содержании, сроке выполнения;
- **оценка «неудовлетворительно»:** отсутствует решение задачи, задание переписано (скачано) из других источников, не проявлена самостоятельность при его выполнении.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса по результатам выполнения самостоятельной работы и контрольной работы.

Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планы практических занятий лекционного материала и контрольных вопросов;
- решение задач и их обсуждение с точки зрения умения сформулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение контрольной работы и обсуждение результатов;
- участие в дискуссиях в качестве участника и модератора групповой дискуссии по темам дисциплины;
- написание и презентация доклада;

- написание самостоятельной (контрольной) работы.

Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен.

Текущий контроль магистрантов осуществляется путем выполнения самостоятельных работ, контрольных тестов, выполнения индивидуального задания, обсуждения теоретических вопросов.

Промежуточные аттестации осуществляется путем опроса и проверки письменных работ.

Итоговый контроль проводится в форме опроса с использованием интервью, тестов, рассмотрения результатов письменных работ, рассмотрения и решения ситуационных заданий и конкретных задач.

Контролирующие материалы по дисциплине содержат:

- контрольные вопросы для текущего контроля знаний по дисциплине (см. прилож. 1);
- примеры решения задач для промежуточного контроля знаний по дисциплине (см. прилож. 2).

Критерии оценки

Оценка	Критерии
отлично	Выставляется студенту, если он определяет рассматриваемые понятия раздела или темы учебной дисциплины четко и полно, приводя соответствующие примеры.
хорошо	Выставляется студенту, если он допускает отдельные погрешности в ответе, но в целом демонстрирует знание и владение содержанием раздела (темы) учебной дисциплины.
удовлетворительно	Выставляется студенту, если он обнаруживает пробелы в знаниях материала раздела или темы учебной дисциплины.
неудовлетворительно	Выставляется студенту, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений раздела или темы учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Цель, задачи дисциплины, ее место среди изучаемых предметов.
2. Международный бизнес (МБ): сущность и его эволюция.
3. МБ как совокупность взаимодействующих национальных бизнесов.
4. Основные причины осуществления и характерные черты МБ. Этапы его развития.
5. Международный бизнес и особенности его организации
6. Иностранные инвестиции и международная инвестиционная деятельность.
7. Иностранные инвестиции как возможность роста эффективности использования капитала в мировой экономике.
8. Международная инвестиционная деятельность.
9. Современные особенности международного инвестирования.
10. Глобальный характер процессов международного инвестирования на современном этапе.
11. Признаки глобализации мировой экономики
12. Инвестиционный климат и эффект иностранных инвестиций.
13. Степень привлекательности страны, ее инвестиционный климат. Факторы и показатели ее определяющие
14. Риски и страховые услуги в МБ.
15. Риски в МБ и методы управления ими.
16. Страхование как инструмент риск-менеджмента в МБ.
17. Экономическая сущность совместного предпринимательства.
18. Причины создания совместных предприятий (СП).
19. СП как форма международного экономического сотрудничества и достоинства совместного предпринимательства.
20. Принципы создания и особенности деятельности СП.
21. Оценка целесообразности инвестиционных проектов.
22. Основные принципы обоснования инвестиционных проектов
23. Организационные основы и этапы создания СП.
24. Особенности организационной структуры СП.
25. Понятие, цели и предпосылки создания СЭЗ.
26. Основные виды СЭЗ по функциональному назначению и характеру деятельности
27. Особенности функционирования СЭЗ в разных странах.
28. Специфика создания и функционирования СЭЗ в развитых странах.
29. Оффшорные зоны как особый тип СЭЗ.
30. Особенности оффшорных компаний.
31. Организация коммерческих переговоров с иностранными партнерами: цели, способы, используемые коммуникации.
32. Особенности организации коммерческих переговоров.
33. Особенности деловой культуры разных стран в МБ.
34. МБ как доверие партнеров.
35. Основные черты ведения этичного бизнеса.
36. Организационно-техническая подготовка и документальное оформление результатов переговоров.
37. PR в МБ.
38. Формирование позитивного имиджа фирмы в МБ и функции PR.
39. Составляющие деятельности PR.
40. Практика рекламы в области PR.
41. Реклама в СМИ

СИТУАЦИИ И ТЕСТЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Практические ситуации для обсуждения

На практических занятиях студенты моделируют возможные ситуации, возникающие на деловых переговорах, имитируют проведение деловых бесед, исходя из стиля делового общения зарубежных партнеров, особенностей стиля менеджмента в зависимости от страны деятельности компании. Ниже приведены примеры ситуаций для обсуждения.

1. «Французский ужин»

«Альфа электроник» - небольшое предприятие по продаже компонентов радиоэлектронного оборудования на юге Франции. На это предприятие в рамках одной из программ ЕС, связанной с развитием сотрудничества и обменом опытом между европейским и российским малым бизнесом прибыл Сергей – молодой предприниматель из Ростова-на-Дону, и сотрудники решили устроить ему теплый прием, пригласив после работы в небольшой ресторанчик.

Ужин проходил весело и непринужденно, за оживленной беседой, несмотря на то, что общаться приходилось на смеси французского и английского языков. Мишель и Жан, ведущие специалисты фирмы, говорили с Сергеем о работе, планах на ближайшее время, рассказывали о своих семьях. Решив сделать Сергею приятно, Мишель подзвал официанта и заказал водки, сказав при этом: «Это специально для Вас, мой друг, чтобы Вы чувствовали себя как дома». Сергей смутился и начал объяснять, что не пьет водку, на что Жюль, чтобы сгладить неловкость воскликнул: «Надо же! Ведь все русские пьют водку, Вы, наверное, исключение!» Мишель добавил: «Когда восемь месяцев в году – зима, так естественно согреться чем-нибудь покрепче!» После этого Сергей долго и эмоционально, путаясь в иностранных словах, доказывал что-то своим новым знакомым. Мишель и Жан так и не поняли, чем же недоволен Сергей, но в целом сочли его поведение не совсем вежливым»

Какие коммуникационные проблемы Вы видите в приведенной ситуации? Как бы Вы поступили на месте Сергея?

2. «Неудачное начало»

Сандра Льюис проработала в Takabishi USA четыре недели, когда объявили, что президент Takabishi Inc. приедет из Японии, чтобы посетить американские отделения. Начальник Сандры, Джеки, у которого было много работы с документами, пригласил Сандру и попросил ее составить программу предстоящего визита. Он попросил поискать информацию о господине Такабиши, о материнской компании и о японских национальных и деловых традициях. Эта поездка должна была стать первым его визитом на новый завод, и было очень важно, чтобы все прошло гладко.

Сандра нашла в библиотеке материалы, о которых просил Джеки. После того как она принесла материалы в офис, она решила начать с составления списка задач и того, что она должна подготовить к приезду г-на Такабиши. Сделав это, она взяла книгу о японских обычаях и взглянула на содержание. Она обратила внимание на раздел о том, как дарить подарки. «О, да, - подумала она, - я помню, что японцы любят обмениваться подарками». Тут же она отложила книжку и внесла подарки в свой список.

Когда Сандра закончила приготовления к визиту г-на Такабиши, она написала ему письмо и приложила свой предполагаемый план. Она подписала письмо «Сандра».

В этот важный день Сандра была в нерешительности по поводу того, что ей надеть. В конце концов, она осталась довольна своим внешним видом и поспешила к машине. Если бы она удачно проехала все светофоры, она бы опоздала на принятые в обществе 5

минут. К сожалению, ей пришлось очень долго искать место для парковки, и она опоздала на 20 минут. Около ворот прибытия она увидела несколько японских мужчин, разговаривающих с американскими представителями компании. Все ждали ее, поскольку согласно программе она должна была сопровождать гостей к месту их первой остановки.

Сандра, к сожалению, не успела узнать, как выглядит господин Такабиши и не смогла его выделить из группы японских мужчин, одетых в похожие синие костюмы. Подойдя к делегации, Сандра громко поздоровалась, пожала руку и представилась ближайшему из мужчин. Она не заметила, что этот молодой человек смутился, кланяясь ей. Сандра, не привыкшая к поклонам, решила не кланяться в ответ. Но тут она заметила, что пожилой мужчина, стоящий в конце группы, похоже, шокирован ее поведением. После представления она открыла свой портфель и подарила каждому из участников встречи по одному подарку, который она приготовила для этого случая. Когда она стала передавать каждую коробочку в обертке получателю, начав с ближайшего к ней гостя, она ощутила, что чувствует себя неловко.

Желая разрядить обстановку, она настояла на том, чтобы все развернули подаренные коробочки. Внутри каждой коробочки была блестящая ручка с цифровыми часами, расположенными возле зажима. На ленте, опоясывающей ручку, было написано «Сделано в Японии».

После этого Сандра раздала им расписание мероприятий, запланированных на день, и направилась к машинам, которые ожидали, чтобы отвезти гостей в отель. Организовав все, Сандра вернулась в офис. Там ее ждал Джек, который был явно недоволен.

Что стало причиной нарушения коммуникаций в приведенном примере? Какие ошибки допустила Сандра?

ТЕСТЫ

1. Причины выхода компаний на зарубежные рынки:

- ограниченный внутренний рост;
- чрезмерная внутренняя конкуренция;
- стремление к краткосрочному успеху;
- увеличение количества глобальных компаний;
- усложнение международной финансовой системы.

2. Разновидностью компенсационной торговли является:

- бартер;
- встречная покупка;
- косвенный экспорт;
- прямое инвестирование;
- лизинг

3. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором компания заключает контракт на выпуск продукции с производителем на зарубежном рынке:

- подрядное производство;
- прямой экспорт;
- совместное владение;
- управление по контракту;
- прямое инвестирование.

4. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором зарубежная компания предоставляет капитал в обмен на услуги менеджмента местной компании:

- управление по контракту;
- косвенный экспорт;
- совместное владение;
- лицензирование;
- подрядное производство.

5. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором компания объединяется с инвесторами на зарубежном рынке с целью создания местного предприятия:

- совместное владение;
- подрядное производство;
- лицензирование;
- управление по контракту;
- прямое инвестирование.

6. Способ выхода на зарубежный рынок, при котором компания создаёт сборочные или производственные предприятия за рубежом:

- прямое инвестирование;
- прямой экспорт;
- совместное владение;
- управление по контракту;
- подрядное производство.

7. Адаптация маркетингового комплекса к международным рынкам производится, если:

- потребители в разных странах существенно различаются по основным характеристикам;
- потребители в разных странах обладают однородными потребностями;
- потребители путешествуют на большие расстояния, покупая большое количество товаров по всему миру;
- необходимо снизить себестоимость продукции за счёт эффекта масштаба;
- продукция компании способна удовлетворить потребности большинства клиентов в большинстве стран.

8. Международное подразделение компании может быть организовано по признаку:

- географическому;
- товарному;
- демографическому;
- психографическому;
- поведенческому.