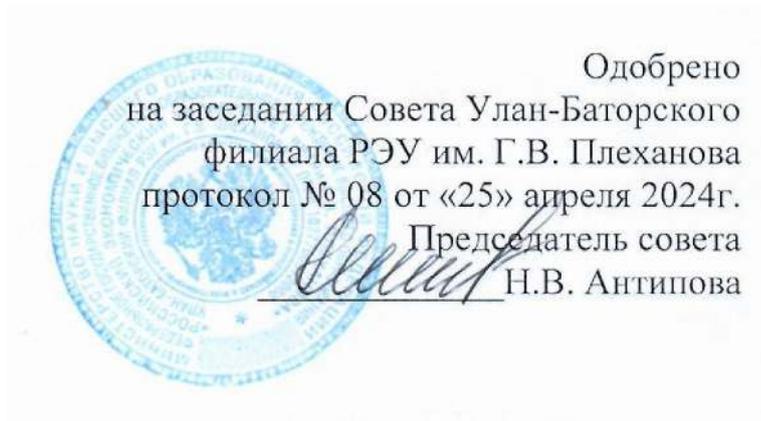


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Антипова Наталья Викторовна
Должность: и.о. директора филиала
Дата подписания: 28.11.2025 16:49:56
Уникальный программный ключ:
fae5412acb1bf810dc69e6bc004ac45622b84b3a

Приложение 6
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
направленность (профиль) программы «Международная торговля»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Улан-Баторский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова



ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по дисциплине Б1.В.21 Организация бизнеса в зарубежных странах

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы - «Международная торговля»

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2024

Улан-Батор – 2024 г.

Оценочные материалы одобрены на заседании междисциплинарной кафедры
10.04.2024 г. протокол № 9

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по дисциплине Б1.В.21 Организация бизнеса в зарубежных странах

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
<i>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеторгового контракта</i>	<i>ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров</i>	<i>ПК-1.6. Знает</i> основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций. <i>ПК-1.6. Умеет</i> осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта	Тема 1. Роль бизнеса в экономике зарубежных стран.
<i>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеторгового контракта.</i> <i>ПК-3. Анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках.</i>	<i>ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров.</i> <i>ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта.</i>	<i>ПК-1.6. Знает</i> основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; <i>Умеет</i> осуществлять деловую переписку по вопросам заключения. <i>ПК-1.10. Знает</i> методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках <i>Умеет</i> составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта.	Тема 2. Организация бизнеса в США.
<i>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеторгового контракта.</i> <i>ПК-3. Анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках.</i>	<i>ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта.</i> <i>ПК-3.2. Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.</i>	<i>ПК-1.10. Знает</i> методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках <i>Умеет</i> составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта. <i>ПК-3.2. 3-1. Знает</i> структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов <i>3-2. Знает</i> особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. <i>У-1. Умеет</i> составлять экономические разделы бизнес-плана на основе	Тема 3. Особенности организации и ведения бизнеса в странах-членах ЕС. Тема 4. Особенности организации и ведения бизнеса в странах, не входящих в ЕС. Тема 5. Особенности организации бизнеса в азиатских странах. Тема 6. Организация и ведение бизнеса в странах Латинской Америки. Тема 7. Организация и ведение бизнеса в странах Африки. Тема 8. Особенности организации и ведения бизнеса в странах-членах

		выполненных расчетов. У-2. Умеет оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.	ЕАЭС.
--	--	---	-------

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях:

Тематика для групповых дискуссий

Тема 1. Роль бизнеса в экономике зарубежных стран

Индикаторы достижения: ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров.

1. Роль исследования Всемирного банка «*Ведение бизнеса*» в расширении предпринимательской деятельности в странах и регионах мира
2. Конкурентный анализ как способ определения рыночных преимуществ и специфической ниши в линейке товаров/услуг в определенном сегменте рынка.
3. Основные тенденции развития бизнеса в современных условиях.
4. Эффект от участия компаний в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом.
5. Конкуренция в цифровую эпоху.

Критерии оценки (в баллах):

- 2 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-1,5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,0 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тема 2. Организация бизнеса в США.

Индикаторы достижения: ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров. **ПК-1.10.** Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта.

1. США – пример неординарного подхода к определению малого и среднего бизнеса.
2. Концепция поддержки малого и среднего бизнеса.
3. Формирование имиджа США в глобальном партнерстве.
4. Факторы, влияющие на организацию бизнеса в США.
5. «Подрывные» технологии в деятельности бизнеса.

Критерии оценки (в баллах):

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-1,5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,0 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения

внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках; - 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тема 4. Особенности организации и ведения бизнеса в странах, не входящих в ЕС.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Роль внешней торговли и иностранных инвестиций в развитии предпринимательства в европейских странах.
2. Малый и средний бизнес – локомотив европейской торговли.
3. Привлекательность Норвегии для стартапов.
4. Формирование имиджа Сербии в глобальном партнерстве.
5. Современные технологии для европейского бизнеса.

Критерии оценки (в баллах):

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-1,5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,0 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения

внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках; - 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тема 5. Особенности организации бизнеса в азиатских странах.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. «Бамбуковая сеть», как метод упрощения процесса ведения бизнеса, ускорения процесса распространения информации и объединения населения.
2. Малые и средние предприятия Японии – как элемент огромной экономической цепочки, где каждое звено крайне необходимо, но зависит от других компонентов.
3. Перспективные рыночные ниши для малого и среднего бизнеса в странах АТР.
4. Адаптация малых и средних предприятий Индии к новым условиям глобальной экономики.
5. Специфика китайского рынка и трудности ведения бизнеса в Китае.

Критерии оценки (в баллах):

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-1,5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,0 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового

контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках; - 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тема 6. Организация и ведение бизнеса в странах Латинской Америки.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Перспективные рыночные ниши для малого и среднего бизнеса в странах Латиноамериканского региона.
2. Формирование имиджа Бразилии в глобальном партнерстве.
3. Трансформация бизнеса в странах Латинской Америки.
4. Ущерб бизнесу от экономических преступлений.
5. Воздействие цифровой экономики на бизнес в Латиноамериканском регионе.

Критерии оценки (в баллах):

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-1,5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,0 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового

контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках; - 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тема 7. Организация и ведение бизнеса в странах Африки.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Теневая экономика и коррупция – причины, влияющие на развитие МСБ в странах АЮС.
2. Особенности нигерийской модели «капитализма стейкхолдеров».
3. Воздействие цифровой экономики на бизнес в регионе АЮС.
4. Основные цели создания МСП в регионе АЮС.
5. Ведение бизнеса в Африке: возможности, условия и риски.

Критерии оценки (в баллах):

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-1,5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,0 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с

ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках; - 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Задания для текущего контроля

Комплект тестовых заданий

По теме 4. Особенности организации и ведения бизнеса в странах, не входящих в ЕС.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Тестовый вопрос 1. Основными критериями отнесения предприятий к категории «малые и средние» в Европе являются:

- а) численность сотрудников;
- б) общий объем кредитов;
- в) величина годового оборота;
- г) годовая прибыль;
- д) величина банковской стоимости активов.

2. Тестовый вопрос 2. В отличие от крупных предприятий, МСП:

- а) имеют больше возможностей для продвижения своих интересов и получения особых условий;
- б) имеют меньше возможностей для продвижения своих интересов и получения особых условий;
- в) сосредоточены на выстраивании долгосрочной стратегии или на завоевании рынка;
- г) сосредоточены на краткосрочных задачах и выживании в среднесрочной перспективе.

3. Тестовый вопрос 3. Критерии отнесения предприятий к сектору МСП оказывают влияние на:

- а) доступ компаний к программам финансирования и прочим видам государственной поддержки;
- б) доступу к новым технологиям;
- в) набор квалифицированного персонала;
- г) продвижение своих интересов и получения особых условий для своей деятельности.

4. Тестовый вопрос 4. Основными индикаторами, используемыми ОЭСР и Евростатом для оценки уровня развития сектора МСП, являются:

- а) данные о числе фирм по различным странам и регионам мира;
- б) распределение числа фирм по численности занятых;

- в) распределение числа фирм по величине уставного капитала;
- г) данные о числе фирм, занятых в промышленности.

5. Тестовый вопрос 5. Бизнес выигрывает от более инклюзивного общества поскольку:

- а) включение всех слоев населения поддерживает более долговременный рост и более широкое процветание;
- б) совершенствуется корпоративное поведение и культура;
- в) происходит изменение системы оплаты труда в корпоративных структурах;
- г) не все слои населения заинтересованы в создании своего бизнеса.

6. Тестовый вопрос 6. Для поддержания (сохранения) своей конкурентоспособности международным и национальным компаниям необходимо:

- а) эффективно использовать имеющийся ресурсный потенциал;
- б) проводить модернизацию промышленного производства;
- в) увеличивать численность сотрудников;
- г) сосредоточиться на локальном рынке.

7. Тестовый вопрос 7. Индекс экономической политики для стран Восточного партнерства в сфере МСП разработан ОЭСР, Европейской комиссией, ЕФО и ЕБРР в качестве:

- а) инструмента сопоставительного анализа развивающихся стран, позволяющего отслеживать и оценивать успехи в области поддержки малых и средних предприятий;
- б) выработки контроля за деятельностью МСП;
- в) оказания помощи по созданию МСП в регионе;
- г) повышения потенциала развития МСП.

8. Тестовый вопрос 8. Предпринимательская деятельность в странах Восточной Европы сталкивается со множеством различных вызовов, в числе которых:

- а) неблагоприятная для предпринимательства среда;
- б) отсутствие управленческих навыков;
- в) недостаточно свободный доступ к соответствующим финансовым услугам и услугам по развитию бизнеса;
- г) нехватка квалифицированных кадров;
- д) зависимость от природных ресурсов.

9. Тестовый вопрос 9. Ключевая отрасль, в которой малый и средний бизнес имеет максимальный потенциал развития:

- а) торговля;
- б) строительство;
- в) деловые услуги;
- г) производство;
- д) логистика.

10. Тестовый вопрос 10. По показателю «оборот на сотрудника» лидерами являются компании:

- а) среднего бизнеса;
- б) крупного бизнеса;
- в) микропредприятия;
- г) малый бизнес;
- д) семейный бизнес.

Критерии оценки (в баллах):

- 2,5 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками

маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,5 балла выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;

методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Комплект тестовых заданий

по теме 6. Организация и ведение бизнеса в странах Латинской Америки.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. ***ПК-3.2.*** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Тестовый вопрос 1. Согласно законодательству Бразилии, критериями отнесения предприятия к сектору МСБ является:

- а) численность сотрудников;
- б) различные организации и администрации штатов и муниципальных образований используют свои подходы к классификации;
- в) уставный капитал;
- г) объем инвестиций.

2. Тестовый вопрос 2. Из стран Латиноамериканского региона и Карибского бассейна, наиболее конкурентоспособной экономикой в 2019 г. являлась:

- а) Чили;
- б) Мексика;
- в) Бразилия;
- г) Колумбия;
- д) Аргентина.

3. Тестовый вопрос 3. В рейтинге Всемирного банка по легкости ведения бизнеса 2020, среди стран региона Латинской Америки и Карибского бассейна первой экономикой стала:

- а) Мексика;
- б) Пуэрто-Рико;
- в) Чили;
- г) Венесуэла;
- д) Суринам;
- е) Бразилия.

4. Тестовый вопрос 4. Наиболее серьезным риском для ведения бизнеса в странах Латинской Америки является:

- а) низкий уровень государственного управления;
- б) низкий уровень производительности МСП по сравнению с крупными компаниями;
- в) социальная нестабильность;
- г) нестабильные экономические показатели;
- д) коррупция.

5. Тестовый вопрос 5. К глобальным и региональным рискам для ведения бизнеса в Аргентине относятся:

- а) неуправляемая инфляция;
- б) слабость государственного управления;
- в) высокий уровень безработицы;
- г) фискальные кризисы;
- д) нестабильная социальная обстановка.

6. Тестовый вопрос 6. Согласно проведенным опросам представителей МСП стран Латинской Америки, для преодоления проблем цифровизации предпочтительными партнерами малых предприятий могут быть:

- а) системные интеграторы;
- б) независимые поставщики программного обеспечения и поставщики услуг;
- в) телекоммуникационные компании;
- г) ТНК и МНК;
- д) стартапы.

7. Тестовый вопрос 7. В странах Латинской Америки МСБ преобладает в: (выбрать сектора экономики):

- а) сельское хозяйство, охота и рыболовство;
- б) строительный сектор; торговля;
- в) гостиничный и ресторанный бизнес;
- г) транспорт и логистика;
- д) здравоохранение.

8. Тестовый вопрос 8. В Аргентине средние предприятия делятся на:

- а) две категории в зависимости от верхней границы оборота;
- б) три категории в зависимости от верхней границы оборота;
- в) две категории в зависимости от численности занятых;
- г) три категории в зависимости от стоимости активов;
- д) не подразделяются на категории.

9. Тестовый вопрос 9. Основными видами юридических лиц в Аргентине являются:

- а) акционерное общество;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) индивидуальный предприниматель;
- г) акционерное общество упрощенного типа;
- д) корпорация.

10. Тестовый вопрос 10. Наиболее активно МСП осуществляет свою деятельность в:

- а) сфере услуг;
- б) строительстве;
- в) торговле;
- г) сфере телекоммуникаций;
- д) ресторанного и гостиничного бизнеса.

Критерии оценки (в баллах):

- 2,5 балла выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1,5 балла выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1 балл выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он **не** знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических

разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Комплект заданий для контрольной работы (по дисциплине в целом)

Индикаторы достижения: ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров. ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. ПК-3.2. Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

Вариант 1

Задание 1. Дайте сравнительную характеристику организации бизнеса в Китае и США.

Задание 2. Дайте оценку региональным программам развития малого и среднего предпринимательства в Европе.

Задание 3. Предложите возможные направления развития малого и среднего бизнеса в ЕС.

Вариант 2

Задание 1. Роль малого и среднего предпринимательства во внешней торговле европейских стран (доля в ВВП, объем и структура товарооборота, численность занятых).

Задание 2. Основные факторы, влияющие на конкурентоспособность японского бизнеса.

Задание 3. Перспективы и проблемы развития бизнеса в странах АЮС.

Вариант 3

Задание 1. Отличительные особенности современного малого и среднего бизнеса Германии и Швеции.

Задание 2. Развитие экспортного потенциала сектора малого и среднего предпринимательства в странах ЕАЭС.

Задание 3. Формирование условий, способствующих росту и стабильному развитию малого и среднего бизнеса в странах Латинской Америки.

Критерии оценки (в баллах):

- 4-5 баллов выставляется обучающемуся, если он **знает верно и в полном объеме:** основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-4 балла выставляется обучающемуся, если он **знает с незначительными замечаниями:** основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения

внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1-2 балла выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0-1 балл выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Деловая игра

по теме 5. Особенности организации бизнеса в азиатских странах.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

Темы деловой игры:

1. Начни свой бизнес.
2. Создание нового продукта.
3. Выход компании на новые рынки.
4. Открытие новой фирмы в зарубежных странах.
5. Модель «подрывных инноваций».
6. Оценка рыночных возможностей бизнеса.

2. Концепция игры: изучение процессов функционирования бизнеса в различных странах; выработка определенных единых или компромиссных позиций и решений; получение конструктивных выводов и результатов, имеющих теоретическое и практическое значение.

3. Роли: студенты выступают в роли представителей бизнеса и жюри.

4. Ожидаемый (е) результат: развитие навыков самостоятельной постановки задачи и поиска путей ее решения; формирование профессиональных качеств посредством погружения в конкретную экономическую ситуацию, смоделированную посредством игры; открытие и регистрация своего дела (бизнеса); обоснование актуальности, полезности и цели создания бизнеса, с целью заинтересовать членов жюри в выборе конкретного проекта.

Критерии оценки (в баллах):

- 4-5 баллов выставляется обучающемуся, если он **знает** верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-4 балла выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1-2 балла выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0-1 балла выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Комплект расчетно-аналитических заданий:

по теме 3. Особенности организации и ведения бизнеса в станах-членах ЕС

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. ***ПК-3.2.*** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

Задание 1. Изучите структуру бизнес-плана. При составлении бизнес-плана укажите объем собственного капитала и необходимых заемных средств, условия и срочность вашего запроса. Рассчитайте, какой объем инвестирования будет необходим вашей компании на ближайшие пять лет, и какова структура его трат. Определите, нужны ли вам средства для

покупки оборудования или материалов, выплаты заработной платы или покрытия конкретных счетов до увеличения доходов?

Задание 2. Представьте перспективный финансовый прогноз на ближайшие 3-5 лет. На первый год будьте максимально точны в прогнозах. Включите прогнозируемые отчеты о доходах, движении денежных средств и бюджеты капитальных затрат, их структуру. Составьте матрицу рисков на зарубежный рынок. Опираясь на имеющиеся данные показателей экспортного потенциала (стоимость экспортной продукции во внутренних ценах; себестоимость экспортной продукции; прибыль от экспорта продукции и др.) рассчитайте показатели экспортного потенциала для своей компании: *эффективность производства экспортной продукции* (формула: эффективность производства экспортной продукции / себестоимость экспортной продукции); *удельный вес прибыли от экспорта продукции в общем объеме прибыли* (формула: прибыль от экспорта продукции/общая величина прибыли); *рентабельность экспортных продаж* (формула: прибыль от экспорта продукции/выручка от реализации продукции на экспорт); *удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции* (формула: объем экспорта продукции/общий объем реализации продукции); *конкурентоспособность производителя* (формула: выручка от реализации продукции на экспорт/ (затраты внутри страны + затраты на реализацию за рубежом); *количество сертифицированной продукции*; *доля продукции, поставляемой в страны дальнего зарубежья* (количество продукции, поставляемой на экспорт/общее количество продукции). Используйте таблицы, графики и диаграммы, чтобы показать финансовую историю предприятия.

Задание 3. На основании данных OECD Small and medium enterprise outlook 2019-2021 гг. определите роль торговли и иностранных инвестиций в развитии предпринимательства в странах Европейского союза. Полученные статистические (расчетные) данные представьте в виде таблиц, графиков, рисунков, а также обоснованные выводы и результаты представьте в виде отчета.

Задание 4. Решите задачи и обоснуйте полученные в ходе решения ответы:

Задача 1) (зависимый агент).

Российская компания Y является профессиональным участником рынка ценных бумаг, что установлено в учредительных документах и лицензии, выданной компетентным государственным органом. Компания Y осуществляет в РФ торговые операции по купле-продаже ценных бумаг в качестве посредника испанской компании X, за что получает вознаграждение. Приводит ли деятельность компании Y к образованию постоянного представительства испанской компании X в России?

Задача 2) (деятельность на стройплощадке).

Немецкая компания X заключила договор на строительство объекта № 1. Объект № 1 был возведен в течение 11 месяцев, окончание работ было оформлено актом сдачи-приемки. Через месяц работы на строительной площадке были возобновлены той же компанией X, основанием для возобновления работ стал договор на строительство объекта № 2. Работы по строительству объекта № 2 также продолжались 11 месяцев. Договор на проведение отделочных работ на объектах № 1 и № 2 был заключен с другой немецкой компанией Y. Отделочные работы, предусмотренные контрактом, были завершены в течение 5 месяцев. Приводит ли к образованию постоянного представительства деятельность в России компаний X и Y?

Задание 5. Решите задачи и обоснуйте полученные в ходе решения ответы:

Задача 1) (зависимый агент).

Российская компания Y представляет интересы итальянской компании X в Российской Федерации. При этом компания Y имеет право согласовывать условия контрактов с российскими клиентами итальянской фирмы. За годовой период сотрудничества компаний

было подписано 10 договоров на поставку итальянских товаров. Организация Y выполняет свои обязанности за вознаграждение. Приводит ли деятельность компании Y к образованию постоянного представительства итальянской компании X в России?

Задача 2) (доход постоянного представительства).

Шведская компания X имеет 5 обособленных подразделений в разных странах мира (Y1, Y2, Y3, Y4, Y5). Одно из которых (Y1) находится в России. Реализацией продукции, произведенной постоянными представительствами, занимается головная компания. Учетной политикой компании X установлено, что мировой доход распределяется между Y1, Y2, Y3, Y4, Y5 пропорционально среднесписочной численности персонала. Выручка фирмы X за отчетный период составила 800 000 усл.ед., а среднесписочная численность всех сотрудников компании, включая персонал постоянных представительств – 580 человек. При этом среднесписочная численность персонала Y1 за тот же период составила 120 человек. Рассчитайте облагаемый доход компании в России.

Задание 6. Проанализируйте политику по вопросам малого и среднего бизнеса, разработанную Европейской комиссией (<http://www.sbs.gov.uk/finance>, <http://www.sbs.gov.uk/consultations/>, <http://www.sbs.gov.uk/services/>, <http://www.sbs.gov.uk/research/>, <http://www.sbs.gov.uk/contacts/>) и сравните ее с политикой США. Полученные данные представьте в виде таблиц, графиков, рисунков, обоснованные выводы и результаты представьте в виде отчета.

Критерии оценки (в баллах):

- 4-5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-4 балла выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1-2 балла выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0-1 балла выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками

маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Задания для творческого рейтинга

Тематика докладов

по теме 3. Особенности организации и ведения бизнеса в странах-членах ЕС

Индикаторы достижения: **ПК-1.10.** Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. **ПК-3.2.** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Современные технологии для организации бизнеса (на конкретных примерах).
2. Формирование имиджа страны в глобальном партнерстве (на конкретных примерах).
3. Основные факторы и тенденции развития бизнеса в странах ЕС.
4. Роль торговли и иностранных инвестиций в развитии предпринимательства в европейских странах-членах ЕС.
5. Сложности открытия и ведения собственного бизнеса в странах Евросоюза.
6. Оценка влияния искусственного интеллекта на развитие бизнеса в ЕС.
7. Российско-европейское партнерство: современные тенденции и перспективы развития.
8. Важнейшие аспекты организации и ведения бизнеса в странах Евросоюза (на конкретных примерах).
9. Взаимосвязь барьеров в торговле и развития бизнеса (на конкретных примерах).
10. Специфика европейского рынка и трудности ведения бизнеса в странах ЕС.

Критерии оценки (в баллах):

- 4-5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1-2 балла выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тематика докладов

по теме 5. Особенности организации бизнеса в азиатских странах.

Индикаторы достижения: ПК-1.10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. ***ПК-3.2.*** Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Теневая экономика и коррупция – причины, влияющие на развитие МСБ (на примере страны / группы стран).
2. Специфика китайского рынка и трудности ведения бизнеса в Китае.
3. Бизнес в практике стран АТР (на конкретных примерах).
4. Глобализация экономики и интернационализация бизнеса в регионе АТР (на конкретном примере).
5. Культурный фактор в азиатском бизнесе (на конкретном примере).
6. Малый бизнес во внешней торговле азиатских стран (на конкретном примере).
7. Развитие экспортного потенциала малого и среднего бизнеса стран АТР (на конкретном примере).
8. Сотрудничество российского и бизнеса стран АТР в сфере технологий в форме совместного предприятия.
9. Стартапы в азиатских странах.
10. Особенности организации бизнеса в АТР.

- 4-5 баллов выставляется обучающемуся, если он знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 2-3 балла выставляется обучающемуся, если он знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;

методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 1-2 балла выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов; особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках. Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках.

Тематика аналитических обзоров (по всем темам)

Индикаторы достижения: *ПК-1.6.* Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров. *ПК-1.10.* Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. *ПК-3.2.* Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.

1. Стратегический выбор компаний относительно форм интернационализации НИОКР (на конкретных примерах).
2. Как изменились позиции компаний, занятых в добывающих отраслях (на конкретных примерах).
3. Малый и средний бизнес АТР на мировых рынках (на конкретных примерах).
4. Экспортный потенциал малого и среднего бизнеса стран ЕАЭС (на конкретных примерах).
5. Потенциал Африканского континента для ведения бизнеса.
6. Ведение бизнеса в странах Латинской Америки: возможности, условия и риски.
7. Роль рейтинга по легкости ведения бизнеса в развитии предпринимательства.
8. Конкурентные преимущества крупного бизнеса в инфраструктурных отраслях развивающихся стран (на конкретных примерах).
9. Эффективность деятельности малого и среднего бизнеса в странах и регионах мира (по выбору).
10. Современные тенденции и перспективы развития бизнеса в США.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура экзаменационного билета

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>12</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>12</i>
<i>Кейс</i>	<i>16</i>

Задания, включаемые в экзаменационный билет

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1. Основные тенденции развития МСБ на современном этапе.
2. Проект «Ведение бизнеса» «doingbusiness.org». Его значение и перспективы.
3. Индекс глобальной конкурентоспособности: его значение, основные индикаторы, лежащие в основе рейтинга.
4. Выставочно-ярмарочные и конгрессные мероприятия за рубежом как способ привлечения потенциальных партнеров.
5. Выставочное-ярмарочная отрасль как способ отражения и содействия реализации интересов субъектов выставочно-ярмарочной деятельности.
6. Факторы, которые необходимо учитывать при классификации предприятий.
7. Малый и средний бизнес как основа устойчивости экономики.
8. Оценка показателей уровня развития бизнеса в регионах Северной и Южной Америки.
9. Оценка показателей уровня развития бизнеса в АСЕАН и ЕАЭС.
10. Основные преимущества и недостатки МСБ по сравнению с крупными компаниями.
11. Особенности классификации предприятий и фирм в США.
12. Особенности классификации предприятий и фирм в ЕС.
13. Особенности классификации предприятий и фирм в азиатском регионе (на примере конкретной страны).
14. Особенности классификации предприятий и фирм в странах Латинской Америки (на примере конкретной страны).
15. Особенности классификации предприятий и фирм в странах Африки (на конкретном примере).
16. Особенности классификации предприятий и фирм в странах ЕАЭС.
17. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в США.
18. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в ЕС.
19. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в европейских странах, не являющихся членами Евросоюза (на конкретном примере).
20. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в азиатских странах (на конкретном примере).
21. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в странах Латиноамериканского региона (на конкретных примерах).
22. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в странах Африки (на конкретных примерах).

23. Регулирование деятельности малого и среднего бизнеса в странах ЕАЭС.
24. Приобретение активов зарубежных компаний и заключение альянсов (на конкретных примерах).
25. Участие бизнеса США во внешнеэкономической деятельности.
26. Участие бизнеса европейских стран во внешнеэкономической деятельности (на конкретных примерах).
27. Участие бизнеса стран Азиатского региона во внешнеэкономической деятельности (на конкретных примерах).
28. Участие бизнеса стран Африканского региона во внешнеэкономической деятельности (на конкретных примерах).
29. Участие бизнеса стран Евразийского экономического союза во внешнеэкономической деятельности (на конкретных примерах).
30. Роль малого и среднего бизнеса в развитии промышленности и технологий.
31. Переговоры как часть внешнеэкономической стратегии бизнеса.
32. Роль переговоров в получении выгод и конкурентных преимуществ для бизнеса.
33. Особенности ведения и организации бизнеса в регионе для собственника (на конкретном примере).
34. Проблемы старта бизнеса и пути их решения (на конкретных примерах).
35. Структура и содержание экономических разделов бизнес-плана.
36. Роль бизнес-объединений в защите интересов предпринимателей (на конкретных примерах).
37. Механизмы создания конкурентных преимуществ для развития собственного уникального бизнеса.
38. Сферы экономики, наиболее привлекательные для деятельности малых и средних предприятий (на примере экономики конкретных стран и регионов).
39. Основные характеристики конкурентной среды, оказывающие влияние на выход компании на внешний рынок.
40. Оптимальные формы взаимодействия бизнеса и государства (на примере конкретных стран и регионов).
41. Роль бизнес-плана в успешной организации и ведении бизнеса.
42. Особенности предпринимательской среды в Японии.
43. Особенности предпринимательской среды в Китае.
44. Особенности предпринимательской среды в Индии.
45. Особенности предпринимательской среды в странах Латиноамериканского региона (на конкретном примере).
46. Отличие американской и японской моделей промышленной кооперации.
47. Национальные инвестиционные программы и возможность бизнеса претендовать на них.
48. Деятельность бизнеса с учетом современных тенденций развития мировой экономики (на примере конкретных стран).
49. Проблемы принятия управленческих решений в современном бизнесе и перспективы их решения.
50. Методы организации управления фирм, работающих в сфере международного бизнеса за рубежом.

Типовые кейсы:

Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

Институтом экономических стратегий подготовлен доклад, обобщающий и систематизирующий опыт субъектов малого предпринимательства по ведению бизнес-деятельности на пространстве ЕАЭС: «Развитие предпринимательства в современных условиях на пространстве ЕАЭС». Реализация проекта направлена на выявление, изучение и полноценное

раскрытие потенциала евразийской интеграции для субъектов малого бизнеса всех стран — членов ЕАЭС на гуманитарной основе. Формируемое Единое экономическое пространство открывает новые, дополнительные возможности для предпринимательского сообщества, которые не до конца изучены и доведены до сведения бизнес-сообщества, и прежде всего субъектов малого бизнеса. Тем самым сдерживается рост деловой активности, взаимной торговли, инвестиционного и технологического обмена, а также развитие и упрочение гуманитарных связей.

- Задание 1. Как вы считаете, существует ли реальная связь между относительным размером сектора МСП и благосостоянием населения и экономическим ростом страны? Ответ аргументируйте.

- Задание 2. Как вы считаете, почему в России и странах ЕАЭС остается нереализованным потенциал развития МСБ? Ответ аргументируйте.

- Задание 3. Докажите на примерах, что формируемое Единое экономическое пространство способствует полноценному раскрытию потенциала евразийской интеграции для субъектов малого бизнеса всех стран — членов ЕАЭС, в том числе и на гуманитарной основе.

2. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

В отчете о конкурентоспособности Сингапура определены три уровня отечественных предприятий, в зависимости от той роли, которую они играют в экономике:

1. Компании мирового класса, ориентированные на мировой рынок, занимающие доминирующее положение на рынке, имеющие прочные позиции в основной сфере своей деятельности, и имеющие собственную торговую марку;

2. Участвующие в создании добавленной стоимости стратегические партнеры и поставщики ТНК, которые, как правило, являются компаниями-производителями, опосредованно нацеленными на экспортные рынки через ТНК;

3. Ориентированные на внутренний рынок МСБ, которые составляют большинство отечественных предприятий и сосредоточены в секторе таких услуг как торговля, коммунально-бытовое обслуживание, персональные и социальные услуги, строительство и недвижимость.

Источник: Mediacorp

- Задание 1. Дайте аргументированный ответ на вопрос: В чем заключается специфика предприятий МСБ в Сингапуре?

- Задание 2. Беря за основу ранжирование сингапурских предприятий, определите, какие из них играют основную роль в экономике Сингапура? Обоснуйте свой ответ.

- Задание 3. Решите задачу. Компании А, Б, В, Г являются аффилированными, при этом компания А является основным владельцем компаний Б, В и Г и ей принадлежат соответственно 55, 70 и 65% акций этих компаний. Каким образом можно определить размер их годовой выручки численность сотрудников?

3. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

С целью содействия более эффективной конкуренции МСБ, многие государства оказывают помощь в развитии возможностей этого сектора. При этом соблюдаются три основополагающих принципа:

1. Обеспечивать реальную помощь, а не давать «костыли»;

2. Помогать развитию возможностей со стороны производителей, а не со стороны потребителей;

3. Задействовать рыночные механизмы, нежели заменители рынка.

- Задание 1. Считаете ли Вы, что экономическая политика имеет значительное влияние на развитие МСБ? Ответ аргументируйте.

- Задание 2. Существует ли разница между малыми¹ и большими странами в роли государства в выработке политики, направленной на содействие МСБ? Если такая разница существует, объясните роль государства в каждом случае. Если разницы нет, обоснуйте свой ответ.

4. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

Ограниченные в ресурсах и масштабах деятельности, средние, а тем более малые компании редко ассоциируются с глобальными игроками. Принято считать, что малый и средний бизнес сосредоточен на локальном рынке и может расти сначала за счет увеличения местной клиентской базы и точек присутствия, а затем — путем освоения новых категорий продукции. С традиционных позиций такая модель развития обычно предполагает расширение специализации и сферы деятельности компании, а сам рост характеризуется скорее количественными, чем качественными показателями.

- Задание 1. Как вы считаете, действительно ли фокус на быстром росте стал доминантным в современном бизнесе, что толкает компании на путь, не всегда продуманный в стратегическом отношении и нередко ведущий к прямому столкновению с крупными конкурентами? Ответ аргументируйте.

- Задание 2. Как вы считаете, существует ли другая модель развития малого и среднего бизнеса? Если такая модель существует, охарактеризуйте ее, если такой модели нет, то обоснуйте свой ответ.

- Задание 3. Могут ли такие компании добиться высоких результатов на зарубежных рынках, и что лежит в основе успешной глобальной стратегии? Ответ аргументируйте.

5. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

Современное определение малых и средних предприятий в ЕС содержится в Рекомендациях Комиссии ЕС 2003/361/ЕС от 6 мая 2003 г. Согласно этим рекомендациям, существуют два ключевых показателя, относящих бизнес к категории МСП: численность персонала и оборот или общий баланс.

- Задание 1. Определите, какой из этих критериев является ключевым, а какой дополнительным в соответствии с подходом ЕС по отнесению предприятий к категориям «малые и средние»? Обоснуйте свой ответ.

- Задание 2. Как вы считаете, если предприятие превысило верхнее ограничение по численности персонала или по финансовым показателям один раз, может ли оно немедленно потерять статус МСП? Обоснуйте свой ответ.

- Задание 3. Являются ли исчерпывающими количественные критерии отнесения бизнеса к МСП? Если являются, дайте обоснованный ответ. Если не являются, то назовите, какие еще критерии играют важную роль при отнесении бизнеса к категории МСП.

6. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

Располагая ограниченными ресурсами, МСБ, как правило, работает в узком рыночном сегменте, в связи с этим, рост таких предприятий на локальном рынке имеет предел. При этом для средних компаний, обладающих необходимыми возможностями, важным источником роста может стать выход на зарубежные рынки, однако, это сложный процесс. В этом отношении хорошим исходным пунктом может стать знакомство с опытом компаний, имеющих сопоставимые размеры, долю рынка или работающих в той же отрасли.

- Задание 1. Назовите причины, усиливающие актуальность расширения международного присутствия МСБ.

¹ Малой страной считается государство с населением менее 6 млн человек

- Задание 2. Как вы считаете, существуют ли успешные примеры интернационализации бизнеса средних компаний? Приведите примеры таких компаний.
- Задание 3. Как вы считаете, может ли выход на зарубежные рынки стать важным источником роста для малого бизнеса? Ответ обоснуйте.

7. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

Для процветания инноваций нужно создать такую среду, где можно не бояться ошибок и смело высказывать свое мнение, где все готовы к экспериментам и активному сотрудничеству и где нет закостенелой иерархии. Но на самом деле этого недостаточно.

- Задание 1. Хотели бы вы работать в компании, поощряющей инновации? Поясните, почему?
- Задание 2. Согласны ли вы с данным утверждением: «Терпимость к ошибкам требует нетерпимости к некомпетентности. Готовность к экспериментам требует строгой дисциплины. Психологическая безопасность невозможна без умения принимать правду — какой бы она ни была. Взаимопомощь должна быть уравновешена личной ответственностью, а плоская структура — сильным лидерством». Обоснуйте свой ответ.
- Задание 3. Можно ли извлечь из случившихся ошибок и неудач полезные уроки? Обоснуйте свой ответ.

8. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

SBA установила численные определения малого бизнеса или «стандарты размера» для всех некоммерческих отраслей. Эти стандарты размера используются для определения права на получение финансовой помощи SBA и других программ, а также федеральных государственных программ закупок, предназначенных для оказания помощи малому бизнесу. Кроме того, Закон малого бизнеса гласит, что, если специально не оговорено законом, никакой другой федеральный департамент или учреждение не может устанавливать стандарт размера для классификации бизнеса.

- Задание 1. Сравните численные определения малого бизнеса или «стандарты размера» в США и ЕС. Определите особенности классификаций малого бизнеса в каждом регионе.
- Задание 2. Поясните, с какой целью необходимо знать «стандарты размера предприятия»? Применяется ли такая методика в РФ?

9. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

У МСП существуют многочисленные барьеры, которые удерживают их от принятия энергоэффективных мер. МСП редко имеют достаточно времени и ресурсов для принятия решений в области энергоэффективности, им также не хватает информации о том, где и как используется энергия в их компаниях. Обычно МСП не имеют внутренних ресурсов для разработки и реализации энергоэффективных проектов. Этот вопрос редко является их приоритетом, в особенности на ранней фазе становления МСП.

Источник: Ускорение энергоэффективности в малых и средних предприятиях. - OECD/IEA, 2016. – С. 9.

- Задание 1. Дайте развернутый ответ на вопрос: Какое влияние оказывает энергоэффективность на деятельность МСП?
- Задание 2. Какие меры необходимо принимать на страновом уровне с целью оказания помощи МСП в преодолении барьеров в области энергоэффективности.

10. Ознакомьтесь с текстом и выполните предложенные задания:

В процессе выхода на российский рынок транснациональным корпорациям (ТНК) приходится адаптировать к конкретным рыночным условиям не только основную бизнес-

стратегию, но и стратегию устойчивого развития. Для каждого рынка, где работает ТНК, характерны собственные экономические, социальные, экологические и институциональные трудности, поэтому применение универсальной стратегии устойчивого развития, без учета местной специфики, нецелесообразно. Выходя на новый рынок сбыта, международная компания приступает к поиску баланса между обязательствами в области устойчивого развития, принятыми руководством в головном офисе, и потребностью в локализации.

Источник: ИНСТИТУТ ИССЛЕДОВАНИЙ РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКОВ БИЗНЕС-ШКОЛЫ СКОЛКОВО, 2016. - www.skolkovo.ru

- Задание 1. Определите особенности российского рынка и сравните российский рынок с рынками стран БРИКС.

- Задание 2. Определите внешние барьеры, характерные для российской бизнес-среды, с которыми сталкиваются ТНК.

Тематика курсовых работ/проектов:

1. Роль бизнеса в экономике страны (на примере конкретной страны).
2. Основные тенденции развития предпринимательства в России и за рубежом.
3. Организация предпринимательской деятельности (на примере конкретной страны).
4. Инвестиционная стратегия компаний (на конкретных примерах).
5. Основы взаимодействия государства и бизнеса.
6. Конкуренция и конкурентная политика.
7. Особенности развития и поддержки бизнеса в США.
8. Влияние государственной политики на деятельность предприятий и фирм (на конкретных примерах).
9. Особенности организации и развития бизнеса в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере конкретной страны).
10. Особенности организации и развития бизнеса в странах АСЕАН (на примере конкретной страны).
11. Особенности организации и развития бизнеса в странах Латиноамериканского региона (на конкретных примерах).
12. Особенности организации и развития в странах Африки (на конкретных примерах).
13. Особенности организации и развития бизнеса в странах постсоветского пространства (на конкретных примерах).
14. Предприятия малого и среднего бизнеса как экспортная основа производимой в стране продукции (на конкретных примерах).
15. Роль бизнеса в обеспечении инновационного развития экономики (на конкретных примерах).
16. Позиционирование интересов несырьевых компаний на внешних рынках (на конкретных примерах).
17. Проблемы выхода компаний и фирм на внешние рынки (на конкретных примерах).
18. Формирование имиджа страны в глобальном партнерстве (на конкретных примерах).
19. Взаимосвязь барьеров в торговле и развития бизнеса (на конкретных примерах)
20. "Честность" в бизнесе: ее влияние на успешность ведения бизнеса (на конкретных примерах).
21. Влияние процессов цифровизации и автоматизации на организацию и развитие бизнеса.
22. Готовность к экспериментам и строгая дисциплина – важные факторы развития бизнеса в условиях неопределенности мировой экономики (на примере конкретных компаний).
23. Стратегия и тактика переговорного процесса (на конкретных примерах).
24. Роль переговоров в получении экономического выигрыша (выгод и конкурентных преимуществ на мировом рынке) (на конкретных примерах).

25. Международные конференции и деловые совещания как результат достижения договоренностей и подписания официальных документов (на конкретных примерах).
26. Методы экономической дипломатии – как важный фактор в успехе ведения бизнес-процессов.
27. Потенциал развития сектора МСБ (на конкретных примерах стран/регионов, компаний).
28. Возможности выхода компаний на международные рынки (на конкретных примерах).
29. «Легкость» ведения бизнеса в странах Азии (на конкретных примерах).
30. Активизации контактов между компаниями (фирмами) России и зарубежных стран (на конкретных примерах).

Курсовая работа (курсовой проект) оценивается в соответствии с Положением о курсовых работах (проектах) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»/ «зачтено»	<p>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеэкономического контракта.</p> <p>ПК-3. Анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках.</p>	<p>ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров.</p> <p>ПК-1-10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>ПК-3.2. Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.</p>	<p>Знает верно и в полном объеме: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеэкономического контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеэкономического контракта; составлять экономические разделы</p>	Продвинутый

				бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках	
70 – 84 баллов	«хорошо»/ «зачтено»	<p>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеторгового контракта.</p> <p>ПК-3. Анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках.</p>	<p>ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров.</p> <p>ПК-1-10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта</p> <p>ПК-3.2. Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.</p>	<p>Знает с незначительными замечаниями: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках</p>	Повышенный
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»/ «зачтено»	<p>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеторгового контракта.</p> <p>ПК-3. Анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность</p>	<p>ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения</p>	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание</p>	Базовый

		<p>субъектов на мировых рынках.</p>	<p>потенциальных партнеров. ПК-1-10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта ПК-3.2. Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.</p>	<p>экономических разделов бизнес-планов особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках Умеет на базовом уровне, с ошибками: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках</p>	
<p>менее 50 баллов</p>	<p>«неудовлетворительно»/ «не зачтено»</p>	<p>ПК-1. Подготовка к заключению внешнеторгового контракта. ПК-3. Анализировать социально-экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов на мировых рынках.</p>	<p>ПК-1.6. Проведение предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров. ПК-1-10. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта ПК-3.2. Выполнять необходимые расчеты, необходимые для составления экономических разделов бизнес-планов.</p>	<p>Не знает на базовом уровне: основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках; структуру и содержание экономических разделов бизнес-планов особенности и практику применения механизмов деятельности субъектов на российском и зарубежных рынках Не умеет на базовом уровне: осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеторгового контракта; составлять</p>	<p>Компетенции не сформированы</p>

				экономические разделы бизнес-плана на основе выполненных расчетов; оценивать конкурентоспособность проекта на потенциальных рынках	
--	--	--	--	--	--