

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление рисками в международном бизнесе

**Кафедра «Мировая и региональная экономика»
экономического факультета**

**Образовательная программа
38.03.01 «Экономика»
Профиль подготовки
«Мировая экономика и международный бизнес»**

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: вариативная обязательная

Махачкала, 2020 год

Рабочая программа дисциплины " **Управление рисками в международном бизнесе** " составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата) от 12 ноября 2015 г. № 1327

Разработчик: кафедра "Мировая и региональная экономика" к.э.н., доцент Алиев М.А.


Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Мировая и региональная экономика»
от « 6 » 03 2020 г., протокол № 7

Зав. кафедрой  Магомедова М.М.
(подпись)

на заседании Методической комиссии экономического факультета
от

« 16 » 03 2020 г., протокол № 7

Председатель  Сулейманова Д.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением « 26 » 03 2020 г.

(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Управление рисками в международном бизнесе» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.01 Экономика, профиль «Мировая экономика и международный бизнес».

Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Мировая и региональная экономика».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением характеристики международного бизнеса и предпринимательства; анализа сфер деятельности международного бизнеса и управления международным бизнесом.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных –ОПК-3, профессиональных –ПК-7.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, практические занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольных работ, коллоквиума, тестирования и пр.)* и промежуточный контроль в форме *экзамена.*

Объем дисциплины - 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий:

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	в том числе								
	Контактная работа обучающихся с преподавателем								
	Всего	из них							
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации				
А	72	16	-	16		-	40	зачет	

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Управление рисками в международном бизнесе» являются: способствовать формированию основных компетенций в области теории и практики предпринимательских рисков, связанных с осуществлением зарубежных бизнес-операций, теоретических и практических знаний и умений применения стратегических и тактических инструментов снижения рисков в международном бизнесе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Управление рисками в международном бизнесе» относится к дисциплине по выбору вариативной части образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Мировая экономика и международный бизнес» - Б1.В.ОД.6

Курс «Управление рисками в международном бизнесе» базируется на знаниях курсов «Международные экономические отношения», «Основы международного бизнеса» и «Международный бизнес».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОПК-3	способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Знает: основные тенденции развития мировой экономики, мировых рынков и прочих факторов ведения бизнеса для оценки места компании на рынке, оценки проблем и перспектив развития. Умеет: Анализировать место и роль компаний в укреплении позиций той или иной страны или региона в мировой экономике. Владеет: Способностью использовать принципы и богатый инструментарий маркетинга для решения широкого спектра экономических, социальных и политических проблем
ПК-7	способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые	Знает: применять основные методы анализа рисков в международной бизнес-среде Умеет:

	данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и / или аналитический отчет	<p>ИСПОЛЬЗОВАТЬ современные методы и инструменты снижения рисков в международном бизнесе.</p> <p>Владеет: навыками подготовки и принятия эффективных стратегических и тактических решений по снижению рисков деятельности субъектов международного бизнеса на ми-ровых рынках.</p>
--	---	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часов.

Структура дисциплины

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
	Модуль 1. Риски в международном бизнесе: теорети-ческие основы, сущность и особенности								
1	Понятие «риска» и «неопределенности» в международной бизнес-деятельности. Классификация рисков. Особенности политических рисков в международном бизнесе.	7	1-2	2	2			4	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
2	Принципы управления рисками. Основные этапы процесса управления рисками. Уровни рисков. Решение о снижении степени риска. Риски входа компании на зарубежный рынок. Основные направления	7	3-4	2	2			4	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест

	международного бизнеса и риски.								
3	Типология методов анализа и оценки рисков международной предпринимательской деятельности, факторы и критерии оценки рисков. Система анализа. Дерево событий.	7	5-6	2	2			4	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
4	Особенности основных этапов анализа рисков, используемые методы и методики. Практические аспекты анализа страновых рисков. Экспертная оценка, ее плюсы и минусы.	7	7-8	2	2			4	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест, деловая игра
	<i>Итого по модулю 1:</i>			8	8			16	
Модуль 2. Управление рисками в международной бизнес-деятельности									
1	Методы управления политическими рисками. Страхование в международном бизнесе. Особенности страхования рисков в разных странах мира. Роль страховых агентств	7	9-10	2	2			6	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
2	Лизинг и факторинг как методы управления рисками. Хеджирование	7	11-12	2	2			6	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
3	Риски международных инвестиций, инвестиционный климат.	7	13-14	2	2			6	Опрос, представление докладов, участие

									В дискуссиях, тест
4	Валютные риски международного бизнеса и управление ими. Ценовые риски международной предпринимательской деятельности.	7	15 - 17	2	2			6	Опрос, представление докладов, участие в дискуссиях, тест, деловая игра
	<i>Итого по модулю 2:</i>			8	8			24	
	ИТОГО:	7		16	16			40	зачет

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. РИСКИ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Тема 1. Виды предпринимательских рисков и их классификация

Содержание понятия "международный бизнес" и "международные коммерческие операции". Стимулирующие и противодействующие факторы для международного бизнеса. Современные формы международного бизнеса, принципы их выбора. Сочетание выгоды, риска и опыта как главный фактор выбора оптимальной формы международного бизнеса.

Понятие риска и его природа. Определения риска. Современные теории риска. Соотношение риска и неопределенности. Ситуация риска, ее условия. Источники риска. Чистый и предпринимательский риск.

Предпринимательский риск, его особенности. Структура предпринимательского риска. Классификация видов предпринимательского риска по причинам, характеру деятельности, объектам, времени возникновения, факторам возникновения, характеру учета и характеру последствий, сфере возникновения. Внутренние и внешние предпринимательские риски. Экономический, финансовый, валютный риск как виды рисков, связанные с внешнеэкономической деятельностью фирмы. Политический риск, его понятие и содержание. Инвестиционные риски. Кредитные и налоговые риски. Особенности внутренних рисков фирмы.

Тема 2 Особенности понятия "страновой риск" в международных операциях

Концепция национального суверенитета и ее связь с рисками международных операций. Понятие риска международного бизнеса (странового риска). Сущность странового риска для предпринимателя и инвестора. Становление концепции странового риска в области международного бизнеса. Эволюция понятия страновой риск, его современная трактовка. Концепция мирового портфеля активов и ее связь с понятием странового риска. Содержание отдельных аспектов странового риска. Страновой экономический риск: понятие, способы определения. Факторы, определяющие страновой экономический риск. Примеры проявления странового экономического риска на мировом

рынке. Страновой финансовый риск: понятие, способы определения, взаимосвязь со страновым экономическим риском. Страновой валютный риск: понятие, способы определения, взаимосвязь с другими видами риска. Политический риск: понятие, способы определения. Глобальный и специальный риск. Макрориск и микрориск. Проявление политического риска. Источники политического риска: политические события и политические решения. Воздействие политического риска на прямые инвестиции. Жесткие и мягкие меры. Воздействие политического риска на зарубежные займы. Воздействие политического риска на портфельные инвестиции

Тема 3. Теоретические основы управления рисками.

Понятие управления риском и краткая история развития дисциплины. Риски корпоративные и предпринимательские. Риск и компетенция фирмы. Классификация компаний по их отношению к риску.

Управление риском как наука и методология. Взаимосвязь этой методологии с другими науками. Управление риском как процесс, его цель и задачи. Принципы управления риском. Основные этапы процесса управления риском. Качественный и количественный анализ риска. Методы оценки риска. Брутто- и нетто-риск. Методы управления риском: избегание риска, снижение степени риска, принятие риска. Особенность передачи риска. Отличие хеджирования от других методов передачи риска.

Выбор метода управления риском. Правила выбора, оценка эффективности выбранного метода.

Тема 4. Сравнительные методы анализа рисков

Виды сравнительных методов анализа страновых рисков, их достоинства и недостатки, возможность и особенности применения. Рейтинговые методы анализа, их сущность и методика. Виды рейтингов, методика их составления и публикации. Структура рейтингов "BERI" и "Credit Risk International". Интегральные и специальные рейтинги. Особенности методики "Delphi" в проведении экспертных оценок в рейтингах. Примеры страновых рейтингов, рекомендации по использованию. Проблемы составления рейтингов в международном бизнесе. Мониторинг рейтинговых позиций. Примеры использования рейтингов при принятии решений. Матричные методы сравнительного анализа, их достоинства и недостатки. Практика применения матричных методов. Примеры использования матричных методов.

Модуль 2. МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ РИСКОВ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Тема 5. Аналитические методы анализа рисков

Понятие и виды аналитических методов анализа страновых рисков. Достоинства и недостатки аналитических методов. Практика применения аналитических методов. Метод "специального отчета", его особенности, преимущества и недостатки. Примеры использования метода. Методы оценки вероятности неблагоприятных событий: метод построения деревьев событий, метод "события-последствия" и метод деревьев отказов. Социологические методы анализа – метод динамического сегментирования. Методы экспертных систем, их особенности. Эконометрические методы оценки политических страновых рисков. Практическое применение аналитической техники в международных инвестиционных операциях.

Тема 6. Управление ценовыми рисками в международных коммерческих операциях

Виды ценовых рисков в международной производственно-торговой деятельности предприятий. Способы фиксации цен в международных контрактах и ценовой риск. Объекты ценовых рисков. Способы управления ценовым риском: методы внутреннего

хеджирования и методы внешнего хеджирования. Методы внутреннего хеджирования: ценовая политика; ценовые оговорки в контрактах; использование связанных сделок. Определение внешнего хеджирования, основные виды хеджирования. Современные фьючерсные рынки, дающие возможность хеджирования. Круг товаров, по которым возможно внешнее хеджирование. Хеджирование продаж и хеджирование покупкой: понятие, использование, техника осуществления. Базисный риск в хеджировании. Идеальное хеджирование, хеджирование с изменяющимся базисом, его результаты. Выгоды использования хеджирования.

Тема 7. Управление политическими рисками в международном бизнесе.

Политические риски, возникающие при использовании различных форм международного бизнеса: экспортных операций; прямого инвестирования; зарубежного кредитования. Политические риски, связанные с коммерческими операциями, их виды. Способы управления этими видами рисков: внутреннее хеджирование и внешнее хеджирование. Техника внутреннего хеджирования рисков: уменьшение подверженности риску, повышение операционных доходов. Техника внешнего хеджирования рисков: передача риска. Передача риска банку, фактору, форфейтору. Передача риска страховой компании: схемы государственного и частного страхования. Управление рисковой задолженностью. Политические риски прямого инвестирования. Техника внутреннего хеджирования: ограничения объектов инвестирования, введение лимитов на переводы средств, введение "спящего партнера", учреждение совместных компаний, организация международного разделения производства; проведение политики "хорошего гражданина".

Внешнее хеджирование политических рисков: юридические методы защиты; получение страховых полисов. Деятельность международных и национальных агентств по страхованию иностранных инвестиций в различных странах. Предоставляемые типы покрытия и условия страхования. Частное страхование политических рисков прямых инвестиций. Страхование банковских кредитов от политического риска. Ограничения займов; передача риска правительственным агентствам. Свопы долг-собственность, их разновидности. Преимущества и недостатки свопов долг-собственность. Организация управления политическими рисками в промышленных компаниях. Повседневное управление в крупных и мелких компаниях. Управление в чрезвычайных ситуациях.

Тема 8. Управление валютными рисками в международном бизнесе.

Определение и оценка степени подверженности валютному риску. Длинная и короткая валютная позиция.

Внутренние методы и процедуры управления валютными рисками. Оптимизация условий платежа в международных контрактах: выбор валюты платежа и способа платежа. Регулирование валютной позиции; сведение требований и задолженности; глобализация счетов – методы внутреннего хеджирования валютного риска. Практика неттинга, его преимущества и недостатки. Использование центров выставления счетов. Методы ускорения и задержки платежей. Техника внешнего хеджирования валютного риска. Заимствование и кредитование в иностранной валюте, преимущества и недостатки этого метода.

Использование международного валютного рынка для управления валютными рисками. Хеджирование с помощью форвардных контрактов, валютных займов и валютных свопов. Хеджирование с помощью фьючерсных контрактов на организованных рынках. Хеджирование с помощью валютных опционов.

Темы практических и семинарских занятий

Модуль 1. РИСКИ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Тема 1. Виды предпринимательских рисков и их классификация

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимые теоретические знания о сущности и видах предпринимательских рисков и их классификация

1. Содержание понятия "международный бизнес" и "международные коммерческие операции". Стимулирующие и противодействующие факторы для международного бизнеса. Современные формы международного бизнеса, принципы их выбора. Сочетание выгоды, риска и опыта как главный фактор выбора оптимальной формы международного бизнеса.
2. Понятие риска и его природа. Определения риска. Современные теории риска. Соотношение риска и неопределенности. Ситуация риска, ее условия. Источники риска. Чистый и предпринимательский риск.
3. Предпринимательский риск, его особенности. Структура предпринимательского риска. Классификация видов предпринимательского риска по причинам, характеру деятельности, объектам, времени возникновения, факторам возникновения, характеру учета и характеру последствий, сфере возникновения. Внутренние и внешние предпринимательские риски.
4. Экономический, финансовый, валютный риск как виды рисков, связанные с внешнеэкономической деятельностью фирмы. Политический риск, его понятие и содержание. Инвестиционные риски. Кредитные и налоговые риски. Особенности внутренних рисков фирмы.

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,4,5)

Дополнительная литература(1,3,7)

Тема 2. Особенности понятия "страновой риск" в международных операциях.

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимые сведения об понятии "страновой риск" в международных операциях.

1. Концепция национального суверенитета и ее связь с рисками международных операций. Понятие риска международного бизнеса (странового риска). Сущность странового риска для предпринимателя и инвестора.
2. Становление концепции странового риска в области международного бизнеса. Эволюция понятия страновой риск, его современная трактовка. Концепция мирового портфеля активов и ее связь с понятием странового риска. Содержание отдельных аспектов странового риска.
3. Страновой экономический риск: понятие, способы определения. Факторы, определяющие страновой экономический риск. Примеры проявления странового экономического риска на мировом рынке.
4. Страновой финансовый риск: понятие, способы определения, взаимосвязь со страновым экономическим риском.
5. Страновой валютный риск: понятие, способы определения, взаимосвязь с другими видами риска.
6. Политический риск: понятие, способы определения. Глобальный и специальный риск. Макрориск и микрориск. Проявление политического риска. Источники политического риска: политические события и политические решения.

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,2,3,4)

Дополнительная литература(1,3,8,9)

Тема 3. Теоретические основы управления рисками

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимую информацию об основах управления рисками.

1. Понятие управления риском и краткая история развития дисциплины. Риски корпоративные и предпринимательские. Риск и компетенция фирмы. Классификация компаний по их отношению к риску.

Управление риском как наука и методология. Взаимосвязь этой методологии с другими науками. Управление риском как процесс, его цель и задачи. Принципы управления риском.

2. Основные этапы процесса управления риском. Качественный и количественный анализ риска. Методы оценки риска. Брутто- и нетто-риск.

3. Методы управления риском: избежание риска, снижение степени риска, принятие риска. Особенность передачи риска. Отличие хеджирования от других методов передачи риска.

4. Выбор метода управления риском. Правила выбора, оценка эффективности выбранного метода *Подготовка и обсуждение проблемных докладов*

Основная литература(1,4,5)

Дополнительная литература (1,3,8,9)

Тема 4. Сравнительные методы анализа рисков.

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимую теоретическую информацию об сравнительных методах анализа рисков.

1. Виды сравнительных методов анализа страновых рисков, их достоинства и недостатки, возможность и особенности применения.

2. Рейтинговые методы анализа, их сущность и методика. Виды рейтингов, методика их составления и публикации. Структура рейтингов "BERI" и "Credit Risk International". Интегральные и специальные рейтинги. Особенности методики "Delphi" в проведении экспертных оценок в рейтингах. Примеры страновых рейтингов, рекомендации по использованию.

3. Проблемы составления рейтингов в международном бизнесе. Мониторинг рейтинговых позиций. Примеры использования рейтингов при принятии решений.

4. Матричные методы сравнительного анализа, их достоинства и недостатки. Практика применения матричных методов. Примеры использования матричных методов.

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,2,3,4,5)

Дополнительная литература (1,2,3,8)

Тема 5. Аналитические методы анализа рисков

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимую информацию о международных договорных отношениях.

1. Понятие и виды аналитических методов анализа страновых рисков. Достоинства и недостатки аналитических методов. Практика применения аналитических методов.

2. Метод "специального отчета", его особенности, преимущества и недостатки. Примеры использования метода.

3. Методы оценки вероятности неблагоприятных событий: метод построения деревьев событий, метод "события-последствия" и метод деревьев отказов.

– Построение дерева событий, методика, пример оценки риска.

– Метод "события-последствия", его преимущества и недостатки.

– Метод деревьев отказов, его алгоритм. Преимущества и недостатки этого метода.

4. Социологические методы анализа – метод динамического сегментирования.

5. Методы экспертных систем, их особенности.

6. Эконометрические методы оценки политических страновых рисков.

7. Практическое применение аналитической техники в международных инвестиционных операциях

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,4,5)

Дополнительная литература (1,3,8,9)

Раздел 2. МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ РИСКОВ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Тема 6. Управление ценовыми рисками в международных коммерческих операциях

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимую информацию об *управлении ценовыми рисками в международных коммерческих операциях.*

1. Виды ценовых рисков в международной производственно-торговой деятельности предприятий.
2. Способы фиксации цен в международных контрактах и ценовой риск. Объекты ценовых рисков.
3. Способы управления ценовым риском: методы внутреннего хеджирования и методы внешнего хеджирования.
4. Методы внутреннего хеджирования: ценовая политика; ценовые оговорки в контрактах; использование связанных сделок.
5. Определение внешнего хеджирования, основные виды хеджирования. Современные фьючерсные рынки, дающие возможность хеджирования. Круг товаров, по которым возможно внешнее хеджирование.
6. Хеджирование продаж и хеджирование покупкой: понятие, использование, техника осуществления.

Базисный риск в хеджировании. Идеальное хеджирование, хеджирование с изменяющимся базисом, его результаты. Выгоды использования хеджирования.

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,2,3,4,5)

Дополнительная литература (1,2,3,8)

Тема 7. Управление политическими рисками в международном бизнесе.

Целью семинарского занятия является дать студентам системное представление об *управлении политическими рисками в международном бизнесе.*

1. Политические риски, возникающие при использовании различных форм международного бизнеса: экспортных операций; прямого инвестирования; зарубежного кредитования.
2. Политические риски, связанные с коммерческими операциями, их виды. Способы управления этими видами рисков: внутреннее хеджирование и внешнее хеджирование. Техника внутреннего хеджирования рисков: уменьшение подверженности риску, повышение операционных доходов. Техника внешнего хеджирования рисков: передача риска. Передача риска банку, фактору, форфейтору. Передача риска страховой компании: схемы государственного и частного страхования. Управление рисковой задолженностью.
3. Политические риски прямого инвестирования. Техника внутреннего хеджирования: ограничения объектов инвестирования, введение лимитов на переводы средств, введение "спящего партнера", учреждение совместных компаний, организация международного разделения производства; проведение политики "хорошего гражданина". Внешнее хеджирование политических рисков: юридические методы защиты; получение страховых полисов. Деятельность международных и национальных агентств по страхованию иностранных инвестиций в различных странах. Предоставляемые типы

покрытия и условия страхования. Частное страхование политических рисков прямых инвестиций.

4. Страхование банковских кредитов от политического риска. Ограничения займов; передача риска правительственным агентствам.

Свопы долг-собственность, их разновидности. Преимущества и недостатки свопов долг-собственность.

5. Организация управления политическими рисками в промышленных компаниях. Повседневное управление в крупных и мелких компаниях. Управление в чрезвычайных ситуациях.

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,4,5)

Дополнительная литература (1,3,8,9)

Тема 8. Управление валютными рисками в международном бизнесе.

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимые знания об управлении валютными рисками в международном бизнесе.

1. Определение и оценка степени подверженности валютному риску. Длинная и короткая валютная позиция.

2. Внутренние методы и процедуры управления валютными рисками. Оптимизация условий платежа в международных контрактах: выбор валюты платежа и способа платежа.

3. Регулирование валютной позиции; сведение требований и задолженности; глобализация счетов – методы внутреннего хеджирования валютного риска.

Практика неттинга, его преимущества и недостатки. Использование центров выставления счетов. Методы ускорения и задержки платежей.

4. Техника внешнего хеджирования валютного риска. Заимствование и кредитование в иностранной валюте, преимущества и недостатки этого метода.

Использование международного валютного рынка для управления валютными рисками.

Хеджирование с помощью форвардных контрактов, валютных займов и валютных свопов. Хеджирование с помощью фьючерсных контрактов на организованных рынках.

Хеджирование с помощью валютных опционов.

Подготовка и обсуждение проблемных докладов

Основная литература(1,2,3,4,5)

Дополнительная литература (1,2,3,8)

5. Образовательные технологии

Учебный процесс в современном вузе должен быть направлен не столько на передачу знаний и развитие умений и навыков у студентов, сколько на формирование у них адекватного условиям инновационной экономики реального поведения, соответствующего отношения к своей будущей профессии.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе следующих форм активных и интерактивных форм проведения занятий:

- презентаций с помощью проектора и интерактивной доски;
- деловых и ролевых игр;
- компьютерного тестирования,
- анализа конкретных ситуаций;
- тренингов;
- использования возможностей Интернета и т.д.

Для проведения лекционных и практических занятий используются различные образовательные технологии.

При ведении практических занятий по данной дисциплине используются такие стандартные методы обучения, как тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос, метод малых групп и т.п.

При ведении занятий определенное количество часов (10 часов) отведено интерактивным формам. Лекции при этом проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций) и применением таких методов и технологий, как дискуссия, проблемная лекция и т.п. При проведении практических занятий в интерактивной форме используются следующие методы: творческое задание, групповая дискуссия (полемика) по теме, деловая игра.

Кроме того, в процессе изучения дисциплины с целью повышения качества обучения предполагается использование научно-исследовательской работы студентов.

6.Перечень учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно- методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Виды и порядок выполнения самостоятельной работы:

1. Изучение рекомендованной литературы
2. Поиск в Интернете дополнительного материала
3. Подготовка реферата (до 5 страниц), презентации и доклада (10-15 минут)
4. Подготовка к экзамену

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Виды и порядок выполнения самостоятельной работы:

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Вид контроля	Учебно-методич. обеспечение
1.	Подготовка реферата (до 5 страниц), презентации и доклада (10-15 минут)	Прием реферата, презентации, доклада и оценка качества их исполнения на мини-конференции.	См. разделы 6.1, 6.2 и 7 данного документа
2.	Подготовка к экзамену	Промежуточная аттестация в форме экзамена	См. разделы 6.3, 6.4 и 7 данного документа

1. Текущий контроль: Прием реферата, презентации, доклада и оценка качества их исполнения на мини-конференции.
2. Промежуточная аттестация в форме экзамена.

Текущий контроль успеваемости осуществляется непрерывно, на протяжении

всего курса. Прежде всего, это устный опрос по ходу лекции, выполняемый для оперативной активизации внимания студентов и оценки их уровня восприятия. Результаты устного опроса учитываются при выставлении рейтингового балла. Так же формой контроля самостоятельной работы является подготовка рефератов, содержание которых будет представлено публично на мини-конференции и сопровождается презентацией и небольшими тезисами в электронной форме.

Примерная тематика рефератов

1. Структура мировой торговли в современный период.
2. Адаптация фирм к иностранной среде.
3. Ключевые экономические проблемы в промышленно развитых странах.
4. Человеческая и культурная среда ведения бизнеса.
5. Международные финансовые организации (МВФ, Всемирный банк, МБРР) и их роль в развитии бизнеса.
6. Транснациональные корпорации - основное производственное звено международного бизнеса.
7. Государственное воздействие на торговлю.
8. Способы определения торговых партнеров.
9. Формы контроля над торговлей.
10. Связь между торговлей и мобильностью факторов производства.
11. Теории международной торговли.
12. Причины прямых инвестиций.
13. Совместное предпринимательство в международном бизнесе.
14. Роль смешанных предприятий в развитии международного бизнеса.
15. Множественные мотивы осуществления прямых инвестиций.
16. Последствия изменений валютных курсов для деловых операций.
17. Внебанковские формы финансовых услуг.
18. Потребности и альтернативные достижения целей в международном бизнесе.
19. Переговоры в международном бизнесе.
20. Международное производство.
21. Оценка и выбор страны ведения международного бизнеса.
22. Налогообложение дохода заграничного производства в России.
23. Подходы налогообложения заграничного производства в развитых странах.
24. Проблемы управления глобальными потоками денежной наличности.
25. Основные проблемы управления валютным риском.
26. Воздействие международных организаций на условия труда в международном бизнесе.
27. Многонациональная собственность и коллективные трудовые договоры.
28. Валютные операции как формы международного бизнеса.
29. Формы управления иностранными предприятиями.
30. Доход на капитал: межстрановые сравнения.
31. Методы оценки инвестиционных предложений международного характера.
32. Лицензирование как форма международного бизнеса.
33. Переменные, влияющие на принятие решений в международном бизнесе.
34. Организационная структура международной фирмы.
35. Стратегия экспорта в современный период.

Рекомендации к последовательности выполнения реферата.

Изучение проблемы по материалам учебной, периодической литературы и ресурсам Интернет

1. Согласовать название сообщения.
2. Написать тезисы реферата по теме.
3. Выразить, чем интересна выбранная тема в наши дни.
4. Подготовить презентацию по выбранной теме.
5. Сделать сообщение на мини-конференции.

7. Типовые контрольные задания

Контрольные испытания текущей аттестации производятся в форме контрольных опросов, тестов.

Типовые контрольные задания

Тесты

Вариант 1

1. Международный бизнес – это совокупность:
 - а) взаимодействующих государственных центральных банков разных стран;
 - б) взаимодействующих правительств в разных странах;
 - в) взаимодействующих министерств экономического развития разных стран;
 - г) взаимодействующих национальных бизнесов разных стран.
2. Национальный бизнес – это совокупность:
 - а) взаимодействующих государственных центральных банков разных стран;
 - б) хозяйствующих субъектов данных стран;
 - в) мелких бизнесменов данной страны;
 - г) государственных экономических учреждений данной страны.
3. Международное предпринимательство – это:
 - а) свободное экономическое хозяйствование в разных сферах экономики на мировом рынке;
 - б) совокупность внешнеэкономических отношений (экономических, социальных, организационных) по организации дела для производства товаров и услуг и получения прибыли;
 - в) совокупность бизнес-сделок на мировом рынке;
 - г) новый тип хозяйствования основанной на инновационном поведении, умении находить и использовать новые идеи, воплощать их в успешные предпринимательские проекты.
4. Какая форма правовой системы оказывает наибольшее влияние на международный бизнес:
 - а) статутное право выраженное в законодательных актах;
 - б) гражданское право-кодификации что можно, что нельзя делать;
 - в) религиозное право (теократия);
 - г) бюрократическое право (действия и указания бюрократов имеющие силу закона)
5. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на политическую среду ведения бизнеса:
 - а) законы и нормативные акты, принимаемые на любом уровне государственной власти;

- б) изменения в налоговом законодательстве;
- в) гражданские войны, террористические акты, похищение иностранных предпринимателей;
- г) политические риски (потеря собственности, операционные, трансфертные риски).

Конкретные ситуации для анализа

Кейс 1. «Как анализ портфеля P & G привел к глобализации «Cover Girl».

Когда Edwin Artzt в 1989 г. стал председателем правления «Procter & Gamble», лишь немногие считали, что 60-летний руководитель долго продержится на этом посту. В конце концов, благодаря John Smale продажи за 10 лет выросли вдвое. Но Artzt, получивший прозвище «Принц тьмы» из-за привычки засиживаться за работой допоздна, не привык быть на вторых ролях. Спустя два года он внесет существенный вклад в процветание компании, возглавив ее глобальную борьбу за первенство на мировом рынке косметики.

Приняв бразды правления в P & G, Artzt увидел, что многие из ее признанных товаров относятся к зрелым рынкам, конкуренты на которых становятся все более агрессивными. P & G надо было действовать быстрее и воспользоваться возможностями на быстрорастущих рынках. Это, прежде всего, относилось к косметике. Чтобы убедиться в этом, достаточно было вспомнить историю с «Oil of Olay», кремом для кожи, унаследованным после приобретения компании «Richardson Vicks» в 1985 г. Если раньше крем продавали пожилым женщинам в качестве средства ухода за кожей, то впоследствии его перепозиционировали как молодежный крем, рассчитанный на более широкий рынок в рамках рекламной кампании под лозунгом «Зачем изящно стариться?». К 1990 г. продажи крема возросли на 60%.

Имея в виду молодежный рынок, Artzt решил прежде всего приобрести в 1990 г. «Cover Girl» - марку косметики № 1 в США. Удвоив ее рекламный бюджет и обновив упаковку, рекламное агентство P & G сумело освободить марку от налета заурядности и придать ей более модный имидж. Это был первый шаг на пути дальнейшей глобализации марки; но так как за границей выручка от продаж составляла лишь 1/5 и торговораспределительная сеть была слабой, Artzt понял, что для достижения цели ему может потребоваться несколько лет. По его мнению, значительно эффективнее было придерживаться стратегии приобретения уже развитой распределительной сети.

Случилось так, что именно в то время были предложены к продаже два косметических отделения компании «Revlon» - «Max Factor» и «Beatrix». Оба отделения были широко представлены вне США, что импонировало Artzt. Из 600 млн. долл. выручки «Max Factor» 2/3 приходилось на продажи за границей, а «Beatrix» - отделение в Германии - не продавало продукцию в США, но имело разветвленную сеть в Австрии, Италии, Испании, Швеции и Швейцарии. Таким случаем нельзя было не воспользоваться и в 1991 г. Artzt купил оба отделения за 1,1 млрд. долл.

Так в одночасье продажи духов P & G в Европе возросли с нуля до 130 млн. долл., а других косметических товаров - с 28 млн. до 210 млн. долл. Хорошо обстояли дела и в Японии, где пользовалась спросом продукция «Max Factor». Продажи косметики P & G здесь мгновенно подскочили с нуля до 225 млн. долл. Приведенные цифры дали одному аналитику основание с удивлением констатировать, что Artzt выиграл по меньшей мере три года, которые потребовались бы в противном случае, чтобы превратить «Cover Girl» в глобальную марку. В равной мере были поражены конкуренты, ибо ни одна компания еще не пыталась охватить косметическими товарами всю Европу за столь короткий срок.

Однако Artzt считает, что единственный путь компании «Procter & Gamble» в будущее - переосмысление ее миссии с тем, чтобы она начала считать себя лидером быстрорастущего международного рынка косметики. По его мнению, такой подход не является слишком смелым, а продиктован здравым смыслом.

Вопросы к кейсу:

1. Какими соображениями руководствовался Artzt, покупая «Max Factor» и «Beatrix»?

2. Как это увязано с более ранним приобретением «Cover Girl»?

Кейс 2 «Gillette»: глобальный план маркетинга бритвы «Sensor»

В 1987 г. «Gillette» находилась на распутье. Она только что успешно отразила попытку «Revlon» скупить ее и находилась в ожидании другой попытки. Но что было еще опаснее, прибыли от продажи основной продукции компании - бритв - сокращались, так как большинство мужчин пользовались одноразовыми бритвами, норма прибыли по которым была намного ниже нормы прибыли от продажи бритв картриджного типа вроде «Gillette», «Тгас II» или «Атра». Парадокс заключался в том, что именно «Gillette» создала рынок одноразовых бритв в 1975 г., считая, что этот товар является логическим продолжением ассортимента обычных бритв, и не предполагая, что 2/3 мужчин когда-либо предпочтут одноразовые бритвы.

Дурное настроение руководства компании «Gillette» усугублялось тем, что прекратился рост продаж выпускаемых ею средств для ухода за телом и волосами. И хотя она выпускала товары ведущих марок, такие, как дезодорант «Right Guard» и шампунь «Silkience» прибыли от их продаж не мог ли не разочаровать руководство компании.

Однако компания имела «козырь», суливший ей спасение, новую бритву, которая к 1987 г. находилась в разработке уже седьмой год. Последней новой маркой бритвы «Gillette», выпущенной ею на рынок в 1977 г., была «Атра».

Компания немедленно приступила к ее совершенствованию. В 1980 г. НИОКР принесли результаты: в то время как головка системы «Атра» поворачивалась для приспособления к контуру лица, новая бритва должна была иметь намного более чувствительную систему - два лезвия на пружинах, скользящие по контуру лица так же, как автомобиль с хорошей системой подвески скользит по дорожным ухабам. Компании потребовалось семь лет, чтобы решить ряд технических проблем, главной из которых была разработка лазерной технологии, способной произвести 93 сварочные операции в секунду для соединения двойных лезвий с крошечными пружинками. К 1987 г. подразделение НИОКР компании «Gillette» убедило руководство в возможности массового производства новой бритвы.

Руководство компании приступило к определению ключевых факторов успеха товара - составлению обоснованного плана маркетинга. Назвав бритву «Sensor», чтобы подчеркнуть ее способность учитывать контуры лица и скользить по ним, руководство незамедлительно приняло два решения, которые определили план маркетинга и в конечном счете - успех товара на рынке. Во-первых, было решено выпускать «Sensor» исключительно в виде системы с картриджами. В фирме господствовало убеждение, что, поскольку две трети рынка принадлежало одноразовым бритвам, должен существовать одноразовый вариант и «Sensor». Но, по мнению высшего руководства, выпуск одноразового варианта противоречил бы цели компании - попытаться увеличить прибыль, побудив потребителей предпочесть системы с картриджами одноразовым бритвам.

Другое решение было еще более важным. Впервые «Gillette» предлагала новый товар не поэтапно, а во всемирном масштабе. Предполагалось предложить бритву «Sensor» в январе 1990 г. одновременно в 19 странах Северной Америки и Европы. Такое решение «Gillette» не должно удивлять, поскольку 70% прибыли компания получает от заграничных продаж. Кроме того, одноразовые бритвы не пользовались за рубежом такой же популярностью, как в США. Как бы то ни было, «Sensor» за рубежом должна была встретить меньше сопротивления, чем в США.

Руководство принял о еще одно решение, означавшее отход от обычной практики: «Sensor» предполагалось предложить в рамках глобальной стратегии маркетинга. Б то время как в прошлом стратегии подвергались варьированию с учетом потребностей в отдельных странах, «Sensor» предполагалось предложить в продажу без каких-либо

модификаций в разных странах и на основе одинакового рекламного обращения. Как сказал один из руководителей, «мы впервые собираемся применить подлинно глобальный подход применительно к одному товару, одной товарной марке, одной рекламной кампании и одной стратегии маркетинга».

«Sensor» была представлена 28 января 1990 г. с помощью трех рекламных объявлений на Суперкубке XXIV по американскому футболу, на которые было израсходовано 3 млн. долл. и которые стали частью кампании по продвижению товара стоимостью в 110 млн. долл. в первый год ее проведения. В рекламе указывались успехи в технологии изготовления бритв, а основная ее тема осталась прежней, использовавшейся еще при выпуске «Atra»: «"Gillette" - лучше для мужчины нет». План маркетинга был рассчитан на то, чтобы убедить пользователей «Atra» и «Трас II» перейти на «Sensor», а пользователей одноразовых бритв - переключиться на более совершенную систему, обеспечивающую лучшее качество бритья. В случае прибыльности товара «Gillette» планировала выпустить ряд предметов туалета под маркой «Sensor». Основной целью было вернуть компании былой имидж производителя качественных систем для бритья, который несколько померк в связи с выпуском одноразовых бритв «Gillette».

Что же произошло? «Sensor» оказалась новым товаром, имевшим наибольший успех в истории «Gillette». В 1990 г. компания продала 24 млн. бритв и 350 млн. картриджей, что на 20% превысило поставленную цель. Ее рекламная кампания и связи с общественностью охватили 500 млн. человек во всем мире. Товар определенно ознаменовал собой поворотный момент, на который фирма рассчитывала. Успех «Sensor» основан на добротном товаре, добротном плане маркетинга и глобальном подходе к продвижению товара.

Вопросы к кейсу:

1. С помощью каких маркетинговых мер компании «Gillette» удалось преодолеть сложившиеся трудности на рынке?
2. Какие технологии использовала компания «Gillette» для разработки нового товара?
3. Какую стратегию международного маркетинга использовала компания «Gillette» на мировом рынке?
4. В чем заключалась основная суть плана маркетинга компании «Gillette»?
5. Как строилась ее международная рекламная кампания?

1. Примерный перечень вопросов для оценки текущего контроля знаний бакалавров (зачет)

2. Назовите основные предпосылки возникновения рисков в международном бизнесе.
3. Какие формы и виды рисков Вы знаете?
4. Дайте определение терминам «риск» и «неопределенность»
5. Перечислите основные функции рисков
6. Охарактеризуйте риски входа компании на зарубежный рынок.
7. Назовите основные принципы управления рисками
8. Какие методы оценки рисков в международном бизнесе Вы знаете?
9. Опишите инструменты снижения страновых рисков
10. Какова роль лизинга и факторинга в управлении рисками?
11. Какие методы снижения рисков в международном бизнесе Вы знаете?
12. Раскройте понятие «валютные риски»
13. Раскройте роль страховых агентств.
14. Что такое «хеджирование»?
15. Назовите основные этапы эволюции отрасли, какие проблемы и стратегии
16. Дайте характеристику особенностям страхования рисков в разных странах мира.
17. Международный бизнес в металлургическом комплексе.
18. Международный бизнес в машиностроительном комплексе.

19. Мировой транспорт.
20. Структура международных финансовых рынков.
21. Международные финансовые организации.
22. Стратегия развития международного финансового бизнеса.
23. Место и роль международной торговли товарами и услугами в современной системе мирохозяйственных связей.
24. Основные особенности и тенденции развития мировой торговли.
25. Формирование национальной торговой политики в эпоху глобализации.
26. Россия в международной торговле.
27. Современные формы и методы международной торговли.
28. Международная торговля услугами: посредники во внешнеэкономической деятельности, инжиниринг.
29. Международный обмен интеллектуальной собственностью: лицензии, соглашения о передаче ноу-хау, технологий.
30. Телекоммуникационные услуги в международном бизнесе: тенденции, особенности ценообразования, перспективы развития мирового рынка телекоммуникационных услуг.
31. Международный страховой рынок: функции, характерные особенности, участники страхового рынка.
32. Понятие и формы хозяйственного партнерства государства и мирового бизнеса.
33. Мировой опыт партнерства государства и международного бизнеса. Концессии - формы партнерства государства и частного бизнеса.
34. Сущность и процесс стратегического планирования.
35. Стратегические альянсы международного бизнеса.
36. Стратегия проникновения международного бизнеса.
37. Функции контроля в международном бизнесе.
38. Поведение работников в международных компаниях.
39. Международный маркетинг и бизнес стратегии.
40. Аспекты и решения ценовой политики в международном маркетинге.
41. Продвижение товара в международном маркетинге.
42. Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе.
43. Рекрутирование и отбор человеческих ресурсов.
44. Обучение и развитие трудовых ресурсов.
45. Трудовые отношения в международном бизнесе.
46. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в США.
47. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в ЕС.
48. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в Японии.
49. Государственное регулирование международного бизнеса в РФ.
50. Государственное регулирование международного бизнеса на внутрирегиональном уровне: мировой опыт и российская практика.
51. Механизм таможенного регулирования внешнеторговых операций в РФ.
52. Виды таможенных платежей и особенности их исчисления в РФ.
53. Система управления таможенными рисками в РФ.
54. Направления совершенствования таможенно-тарифного регулирования в РФ.
55. Влияние современной деловой культуры России и ведение международного бизнеса.
56. Формирование кросс-культурных коммуникаций в международном бизнесе.
57. Взаимодействие ценностей в условиях различных культур.
58. Классификация культур по Г. Хофстеде.
59. Формирование российской деловой культуры, ментальности.

60. Культуры, основанные на индивидуальных и коллективных ценностях.

7.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля - 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов (на каждом занятии),
- участие на практических занятиях - 90 баллов (на каждом занятии),
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 100 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 70 баллов,
- ситуационная задача - 30 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература

1. Мировая экономика и международные экономические отношения : в 2-х ч: учебник. Ч.1 / под ред. Р.И.Хасбулатова. - М. : Гардарики, 2006. - 671 с. : ил. - Рекомендовано УМО. - ISBN 5-8297-0280-0 : 326-98.
2. Мировая экономика и международный бизнес [Электронный ресурс] : электрон. учеб. / под общ. ред. В.В.Полякова, Р.К.Щенина. - М. : КНОРУС, 2008. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Рекомендовано УМО. - 232-50.
3. Мировая экономика и международный бизнес. Практикум / под общ. ред. В.В.Полякова и Р.К.Щенина. - М. : КноРус, 2013. - 444-00.
4. Махов С.Ю. Конкурентная разведка в бизнесе [Электронный ресурс] : дополнительная профессиональная программа / С.Ю. Махов. — Электрон. текстовые данные. — Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2017. — 28 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73246.html>(25.09.2020)
5. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс] : монография / Ю.В. Тарануха. — Электрон. текстовые данные. — М. : Русайнс, 2017. — 336 с. — 978-5-4365-1562-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78861.html>(25.09.2020)

б) дополнительная литература

6. Лебедева Н.А. Конкурентный анализ в бизнесе [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Н.А. Лебедева. — Электрон. текстовые данные. — Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2014. — 107 с. — 2227-8397. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/33426.html>(25.09.2020)

7. Мокроносов А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 196 с. — 978-5-7996-1098-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69613.html>(25.09.2020)
8. Ильина В.Н. Конкуренция [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Ильина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2008. — 50 с. — 978-5-904000-85-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/938.html>(25.09.2020)
9. Израэл Кирцнер Конкуренция и предпринимательство [Электронный ресурс] / Кирцнер Израэл. — Электрон. текстовые данные. — Челябинск: Социум, 2010. — 288 с. — 978-5-91603-011-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28715.html>(25.09.2020)

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. [http: www.expert.ru](http://www.expert.ru)
 2. [http: www.finam.ru](http://www.finam.ru)
 3. [http: www.economic-lib.ru](http://www.economic-lib.ru)
 4. [http: www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
 5. [http: www.expromar.ru](http://www.expromar.ru)
- <http://biblioclub.ru> ЭБС “Университетская библиотека online
<http://elibrary.ru> Научная электронная библиотека eLibrary.ru

1.8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Компьютерное и мультимедийное оборудование ДГУ.
2. Поисковые сайты Интернета, сайт ДГУ.
3. Методические рекомендации по изучению дисциплины.
4. Публикации Росстата.
5. Электронная библиотека дисциплины.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекционных и практических занятий и выполнение предлагаемых заданий в виде рефератов, докладов, тестов, ситуационных задач и устных вопросов.

На лекциях рекомендуется деятельность студента в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. На практических занятиях деятельность студента заключается в активном слушании докладов других студентов, предоставлении собственных докладов, участии в обсуждении докладов, выполнении тестовых и контрольных заданий, а также в решении ситуационных задач и т.п.

При подготовке к практическому занятию бакалавры должны прежде всего изучить конспект лекций по заданной теме, ознакомиться с соответствующим разделом в учебнике (законодательном документе), рекомендованном в качестве основной литературы. При желании бакалавриат может ознакомиться и с дополнительной литературой. Необходимо

также обратить внимание на периодику, чтобы использовать более «свежий» материал.

Форма работы с литературой должна быть разнообразной – начиная от комментированного чтения и кончая выполнением различных заданий на основе прочитанной литературы. Например, составление плана прочитанного материала; подбор выписок из литературы по заданным вопросам; конспектирование текста.

По пропущенному занятию студентам рекомендуется подготовить реферат. Темы рефератов формулируются студентами по согласованию с преподавателем. Примерная тематика рефератов представлена в разделе 7.3. данной рабочей программы.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При подготовке к практическим занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные курсы, размещенные на платформе Moodle ДГУ, а также учебные материалы, размещенные на образовательных блогах преподавателей экономического факультета ДГУ. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Стандартная практическая аудитория для группы 20-25 чел., мультимедиапроектор, ноутбук.