

Документ подписан в Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.04.2024 11:33:48
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины
External Environment of International Business (Внешняя среда международного
бизнеса)**

Направление 38.04.01 Экономика
магистерская программа 38.04.01.02 "International Business"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Мировая экономика и международные отношения**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уП	рП		
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уП	рП	уП	рП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): д.э.н., профессор, Димитриади Н.А.

Зав. кафедрой: д.э.н., доц., Израилова Э.А.

Методическим советом направления: к.э.н., доцент, Бодягин О.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 формирование системных знаний о внешней среде международного бизнеса

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**ПК-2:Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне****В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

Знать:
основные аналитические материалы для оценки мероприятий в области международного бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-2.1)
Уметь:
готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области международного бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-2.2)
Владеть:
методами оценки мероприятий в области международного бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-2.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Information gathering and processing related to business environment				
1.1	Decision making when managing the business: different approaches. A role of information gathering and processing. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.2	Decision making when managing the business: different approaches. Main instruments of decision making. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.3	A role of information gathering and processing. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.4	A structure of contemporary business environment. /Ср/	1	10	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.5	Main components of business environment, a dynamics of business environment. A significance of information gathering and processing process for commercial success of the company. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.6	Main components of business environment, a dynamics of business environment. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.7	A significance of information gathering and processing process for commercial success of the company. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.8	Internet-resources containing urgent information related to business environment. /Ср/	1	10	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.9	Main sources of information related to external business environment analyzing. Main methods of information gathering. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.10	Main sources of information related to external business environment analyzing. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.11	Main methods of information gathering. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.12	Main stages of gathering information related to external business environment analyzing. Main methods of information processing. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.13	A structure of strategic process in multinational companies. /Ср/	1	6	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.14	Statistical methods of information processing. /Ср/	1	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.15	Main stages of gathering information related to external business environment analyzing. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3

1.16	Main methods of information processing. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
	Раздел 2. Instruments for decision making based on business environment analyzing				
2.1	Main methods of management decision making based on information processing: SWOT-analysis, PEST(PESTLE)-analysis, 5 competitive forces. Strategic matrix instruments /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.2	Main types of management decisions in multinational companies demanding careful analysis of business environment. /Ср/	1	8	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.3	Strategic matrix instruments. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.4	Main methods of management decision making based on information processing: SWOT-analysis, PEST(PESTLE)-analysis, 5 competitive forces. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.5	Corporate strategy developing based on matrix instruments using. The GE/McKinsey matrix. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.6	Main types of corporate strategies of multinational companies. /Ср/	1	12	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.7	Corporate strategy developing based on matrix instruments using. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.8	The GE/McKinsey matrix. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.9	Business strategy developing based on matrix instruments using. The M. Porter's matrix for generic business strategy choosing. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.10	Main methods for business strategies development. /Ср/	1	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.11	Business strategy developing based on matrix instruments using. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.12	The M. Porter's matrix for generic business strategy choosing. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.13	Product portfolio managing based on matrix instruments using. The BCG matrix. /Лек/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.14	Main methods of the product portfolio managing. /Ср/	1	6	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.15	Product portfolio managing based on matrix instruments using (LibreOffice) /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.16	The Boston Consulting Group matrix: main objectives for using, main advantages and shortcomings. /Пр/	1	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.17	/Зачёт/	1	0	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Бушуев, В. В., Громов, А. И., Крюков, В. А., Куричев, Н. К., Мастепанов, А. М.	ТЭК и экономика России. Вчера, сегодня, завтра 1990-2010-2030	Москва: Энергия, Институт энергетической стратегии, 2011	http://www.iprbookshop.ru/8748.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Ясин Е. Г.	Российская экономика: курс лекций	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577310 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кудров В. М.	Россия и мир: Экономика России в мировом контексте: монография	Санкт-Петербург: Алетейя, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=74759 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2		Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление: журнал	Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2014	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364866 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Агузаров, З. А., Агузарова, Л. А., Алешин, А. В., Атаев, А. М., Белокрылов, К. А., Белокрылова, О. С., Бережная, Е. С., Богданова, Е. А., Бубликова, Е. И., Воронина, Т. В., Гильяно, А. А., Елецкий, А. Н., Ермилова, М. И., Зундэ, В. В., Каплина, А. В., Косенкова, Е. Л., Лазарев, Р. С., Лазарева, Е. И., Марчуков, А. Н., Маслокова, Е. В., Матвеева, Л. Г., Мурзин, А. Д., Никитаева, А. Ю., Писарская, О. В., Плетнева, А. С., Поленов, С. Д., Попова, В. Е., Попова, Л. А., Рогов, И. И., Рубинская, Э. Д., Рудина, А. А., Семенихина, Н. С., Силенко, Е. Е., Тлостнаков, А. А., Шаль, А. В., Шевченко, Д. А., Шибанова-Росенко, Е. А., Щипанов, Е. Ф., Белявский, Д. В., Иванов, С. П., Карнаухова, О. С., Корнеев, С. А., Матвеева, Л. Г., Никитаева, А. Ю., Щипанов, Е. Ф.	Экономика России и Европы в эпоху глобализации. Экономическое развитие, механизмы управления и информатизации стран европейского союза: сборник научных работ центра ес на юго-западе россии	Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2012	http://www.iprbookshop.ru/47198.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы				
ИСС «КонсультантПлюс»				

ИСС «Гарант» http://www.internet.garant.ru/
5.4. Перечень программного обеспечения
LibreOffice
5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья
При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:
- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор, экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-2: Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне			
<i>Знания:</i> подходов к подготовке аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Анализирует содержание аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	Опрос по теме (вопросы 1-27), Д/С (тема 1-20) Т (вопрос 1.1-6.5) Вопросы к зачету (1-50)
<i>Умения:</i> готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Осуществляет подготовку аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Уровень подготовленных аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Опрос по теме (вопросы 28-37) Д/С (тема 21-24) Т (вопрос 7.1-8.5)
<i>Навыки:</i> подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Использует навыки подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Содержательность подготовленных аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Д/С (тема 25-28) ГИТЗ (1-10)

Д/С – доклад/сообщение

Т – тест

ГИТЗ – Групповые и/или индивидуальные творческие задания/проекты

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов – «зачтено»

0-49 баллов – «незачтено».

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Questions for the Quiz

1. Describe main approaches to decision-making in international business.
2. Describe the rational approach to decision-making.
3. Describe the intuitive approach to decision-making.
4. Describe advantages and shortcomings of the brain storming as an approach to decision-making.
5. Describe peculiarities of decision-making in international management.
6. Describe a structure of decision-making process.
7. Describe main collective forms of decision-making.
8. Describe main sources of information for decision-making in international business.
9. Describe main approaches to strategic decision making in international business.
10. Describe main components of international business environment.
11. Describe a structure of the strategic planning process.
12. Describe main types of the organizational structure of international companies.
13. Describe characteristic features of the modern business environment.
15. Describe examples of the modern business environment of international business behavior.
16. Characterize main sources of data for the MNE corporate strategy elaboration.
17. Describe contemporary approaches to information sources choosing when analyzing international business environment.
18. Describe analytic agencies providing information about international consumer and financial markets.
19. Characterize the best approach to information about the business environment choosing.
20. Describe priorities in marketing agency choosing for examining some potential target international markets.
21. Describe main sources of information used for business strategy development.
22. Describe main parts of a process of corporate strategy developing.
23. Describe stages of gathering information about a situation in international consumer markets.
24. Describe main methods of respondents surveying planning.
25. Describe main methods of results of respondents surveying processing.
26. Describe stages of information gathering process related to external business environment.
27. Describe main characteristics of the market attractiveness in international business.
28. Describe main methods of brand's characteristics preferences identifying.
29. Describe a method of analysis of variance — ANOVA using in international business environment examining.
30. Describe main scales being used in international environment analyzing.
31. Describe using the SWOT-analysis in international environment analyzing.
32. Describe using the PEST (PESTLE)-analysis in international environment analyzing.
33. Describe using the 5 Competitive Forces analysis in international environment analyzing.
34. Describe using the M. Porter's matrix in international environment analyzing.
35. Describe using the GE/McKinsey matrix in international environment analyzing.
36. Describe using the BCG matrix in international environment analyzing.
37. Describe objectives of the business strategy developing.
38. Describe objectives of the corporate strategy developing.
39. Describe main objectives of the Boston Consulting Group matrix using.
40. Describe main objectives of the M. Porter's matrix using.
41. Describe main advantage of the nominal scale using when examining the international business environment.
42. Describe main advantage of the ordinal scale using when examining the international business environment.
43. Describe main advantage of the interval scale using when examining the international business environment.
44. Describe a discriminant analysis and its applications in international environment examining.
45. Describe main advantage of the ratio scale using when examining the international business environment.
46. Describe main strategies which could be elaborated when using the BCG matrix.

47. Describe main strategies which could be elaborated when using the M. Porter's matrix.
48. Describe main strategies which could be elaborated when using the GE/McKinsey matrix.
49. Describe main strategies which could be elaborated when using the SWOT-analysis matrix.
50. Describe main strategies which could be elaborated when using the PEST (PESTLE)-analysis matrix.

Критерии оценивания:

50-100 («зачтено»)- выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой; при наличии твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины; при наличии знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

0-49 («незачтено») - если ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого ответа на вопрос, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Questions for the survey

1. Describe initial stages of the decision-making process.
2. Describe a consequence of the perfect decision-making process stages.
3. Describe a role of alternative decisions in the perfect decision-making process.
4. Describe the most characteristic features of the modern business environment.
5. Describe an effective approach to information sources on business environment choosing.
6. Describe an effective approach to processing methods of information on business environment choosing.
7. Describe main channels of trading by futures.
8. Describe first stages of gathering information about a situation in a market.
9. Describe methods of information gathering for understanding criteria of product/service choosing by the consumer.
10. Describe methods of processing of respondents surveying data.
11. Describe initial stages of the process of external business environment analyzing.
12. Describe components of external business environment.
13. Denominate the most important issue when gathering information about external business environment.
14. Describe main objectives of the nominal scale using in external business environment examining.
15. Describe main objectives of the ordinal scale using in external business environment examining.
16. Describe main objectives of the interval scale using in external business environment examining.
17. Describe main objectives of the rational scale using in external business environment examining.
18. Denominate main objective of discriminant analysis
19. Describe a methodology of the SWOT-analysis.

20. Describe features of statements we should include into a quadrant Opportunities when doing the SWOT-analysis.
21. Describe features of statements we should include into a quadrant Strengths when doing the SWOT-analysis.
22. Describe a methodology and a main objective of M. Porter's matrix using.
23. Describe a methodology and main objectives of the GE/McKinsey matrix using.
24. Describe a methodology and main objectives of the BCG matrix using.
25. Describe a methodology and main objectives of the PEST (PESTLE) matrix using.
26. Denominate main benefit for managers using PESTLE-analysis instead PEST-analysis.
27. What are the main objectives of the 5 competitive forces analysis using?
28. Denominate main strategies for business units characterized by the GE/McKinsey axes as "Low level of the industry attractiveness/Weak competitive position in the industry".
29. Denominate main management's conclusions after completing the M. Porter's matrix filling.
30. Denominate main benefit for managers using the M. Porter's matrix.
31. Denominate a main objective of the SWOT-analysis using when developing a business strategy.
32. Denominate a main advantage of the SWOT-analysis using for business strategy developing.
33. Denominate main benefit for managers using matrices when taking strategic decisions.
34. Denominate the main characteristics of the "Cash cows" in the BCG matrix.
35. Denominate the main characteristics of the "Dogs" in the BCG matrix.
36. Denominate a preferred strategy for "Stars" (in the BCG matrix) management.
37. Denominate a preferred strategy for "Cash cows" (in the BCG matrix) management.

Критерии оценивания:

студент может выступить максимум 4 раза, каждое задание оценивается максимум в 5 баллов.

Максимальное количество баллов – 20.

3-5 баллов – студент представил исчерпывающую информацию по теме, сообщение содержит необходимые примеры, пояснения;

1-2 баллов – студент представил информацию не в полном объеме, имеются существенные ошибки в изложении, пример неадекватны заданию;

0 баллов – содержит грубые ошибки, полностью искажающие реальную картину.

Темы докладов/сообщений

1. A structure of international business environment – main components.
2. Dynamics of the modern external business environment.
3. Contemporary approaches to decision-making in international business.
4. Advantages and shortcomings of different approaches to decision-making.
5. Quantitative examination of international external business environment planning.
6. Statistical methods in external business environment examining.
7. The need for information when different approaches to decision-making are being used.
8. The contemporary system of information and analytic agencies providing international business by data related to external environment.

9. Correlation and regression analyses in processing data related to international business activities planning.
10. Dependent and independent variables in processing data related to international business activities planning.
11. Dispersion and discriminant analysis in processing data related to international business activities planning.
12. Information gathering for international marketing strategy developing.
13. World famous information and analytic agencies providing services regarding situation on international markets.
14. The Bloomberg agency: history of development and current activities.
15. The AC Nielsen agency: history of development and current activities.
16. The Ipsos agency: history of development and current activities.
17. Describing foreign target market using socio-demographic tendencies and indicators.
18. Describing foreign target market using economic and technological tendencies and indicators.
19. Cryptocurrencies and condition of the world economy.
20. Scenario analysis in international external business environment describing.
21. Describing strategic groups of the competitors.
22. Value chains analyzing and describing.
23. Market maps: drawing and analyzing (international markets).
24. Matrix methods for international markets describing.
25. Frame analysis in external business environment describing.
26. Digital instruments in external business environment describing.
27. Methods of competitive positions identifying and competitors describing.
28. Competitors' marketing strategies identifying and describing.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

10-20 балла – студент представил исчерпывающую информацию по теме, сообщение содержит необходимые примеры, пояснения;

1-9 баллов – студент представил информацию не в полном объеме, имеются существенные ошибки в изложении, пример неадекватны заданию;

0 баллов – содержит грубые ошибки, полностью искажающие реальную картину.

Тесты письменные

Module 1.

Topic 1. Decision-making when managing the business: different approaches. A role of information gathering and processing.

Question 1.1 The empirical approach to decision making is characterized by:

- a) careful analysis of information gathered;
- b) a highest priority of accumulated experience;
- c) a highest priority of assurance in advantages of a concrete alternative.

Question 1.2 The rational approach to decision making is characterized by:

- a) careful analysis of information gathered;
- b) a highest priority of previously accumulated experience;
- c) a highest priority of assurance in advantages of a concrete alternative.

Question 1.3 The intuitive approach to decision making is characterized by:

- a) careful analysis of information gathered;
- b) a highest priority of accumulated experience;

c) a highest priority of assurance in advantages of a concrete alternative.

Question 1.4 Brain storming relates to a following group of decision-making approaches

- a) collective;
- b) unformal;
- c) quantitative.

Question 1.5 The decision-making is:

- a) people inducing to choosing a decision;
- b) a process of alternatives generating;
- c) a conscious choosing of the best alternative decision.

Topic 2. Main components of business environment, a dynamics of business environment. A significance of information gathering and processing process for commercial success of the company.

Question 2.1 What components of external environment are able to have a direct influence on the company?

- a) political factors, trade unions, international processes;
- b) competitors, consumers, suppliers, laws and administrative structures;
- c) competitors, suppliers, political factors, technical progress.

Question 2.2 Define the first stage of the strategic planning process:

- a) setting objectives;
- b) opportunities and threats identifying;
- c) advantages and weak points of the company identifying.

Question 2.3 What type of the organizational structure is most often being used by international companies offering on different markets a wide range of products?

- a) matrix;
- b) divisional;
- c) linear-functional.

Question 2.4 The most demanded analytic agency providing information about international consumer markets is

- a) Bloomberg;
- b) AC Nielsen;
- c) DSM.

Question 2.5 Define the best term/approach to information about the business environment choosing.

- a) relevant information analyzing;
- b) all accessible information sources analyzing;
- c) the most reliable information analyzing.

Topic 3. Main sources of information related to external business environment analyzing. Main methods of information gathering.

Question 3.1 What does belong to main sources of business information related to external environment?

- a) newspapers;
- b) business information databases;

c) speeches of famous politicians.

Question 3.2 Denominate the world-famous information agency providing business and society by financial information:

- a) CNN;
- b) AC Nielsen;
- c) Bloomberg.

Question 3.3 Denominate the Russia famous information agency providing business by information about urgent situation on different markets:

- a) Megaresearch;
- b) RBC;
- c) Step-by-Step.

Question 3.4 Denominate the first priority in marketing agency choosing for examining some potential target markets.

- a) a specialized one;
- b) having the best internet site;
- c) a famous one.

Question 3.5 Denominate the most accessible market information service:

- a) newspapers;
- b) business information databases;
- c) Google analytics.

Topic 4. Main stages of gathering information related to external business environment analyzing. Main methods of information processing.

Question 4.1 What is the first stage of information gathering process related to external business environment?

- a) constructing a structure of the process;
- b) setting objectives of information gathering;
- c) choosing methods of information processing.

Question 4.2 Denominate the most important characteristic of the market attractiveness.

- a) belonging to a new industry;
- b) compact territorial size;
- c) actual size increasing.

Question 4.3 Denominate the main method of brand's characteristics preferences identifying

- a) expert interviewing;
- b) focus groups;
- c) respondents interviewing.

Question 4.4 Denominate the main principle in information (about external environment) gathering.

- a) sufficient informativeness level;
- b) maximal informativeness level;
- c) costs minimizing.

Question 4.5 Denominate main objective of analysis of variance — ANOVA using.

- a) data homogeneity analysis;
- b) data differences analysis;
- c) producing forecasts.

Module 2.

Topic 5. Main methods of management decision making based on information processing: SWOT-analysis, PEST (PESTLE)-analysis, 5 competitive forces. Strategic matrix instruments.

Question 5.1 What are the main objectives of the SWOT-analysis using?

- a) examining the rivals' positions on the market;
- b) business strategy elaborating;
- c) external environment influence on the company positions examining.

Question 5.2 What are the main difficulties the managers face when using the SWOT-analysis?

- a) deficit of information;
- b) confusing Opportunities and Strengths;
- c) difficulties when processing the information.

Question 5.3 What are the main objectives of the PEST (PESTLE)-analysis using?

- a) examining the rivals' positions on the market;
- b) business strategy elaborating;
- c) external environment influence on the company positions examining.

Question 5.4 Denominate main benefit for managers using PESTLE-analysis instead PEST-analysis.

- a) getting more informative picture of the environment;
- b) reducing time spent for performing the analysis;
- c) getting an opportunity of producing more precise forecasts.

Question 5.5 What are the main objectives of the 5 competitive forces analysis using?

- a) identifying main sources of competition on the market;
- b) business strategy elaborating;
- c) external environment influence on the company positions examining.

Topic 6. Corporate strategy developing based on matrix instruments using. The GE/McKinsey matrix.

Question 6.1 What are the main objectives of the GE/McKinsey matrix using?

- a) choosing business strategy for a market;
- b) distributing resources between existing business units of the company;
- c) identifying main objectives for the company activities.

Question 6.2 Denominate axes forming the GE/McKinsey matrix.

- a) product's market share and total revenue;
- b) competitive position and industry/market attractiveness;
- c) competitive position and expected level of profitability.

Question 6.3 Denominate a main objective of the corporate strategy reviewing.

- a) concentrating resources in the most profitable industries/markets;

- b) cutting unexpected expenses;
- c) optimizing the organizational structure.

Question 6.4 Into what main parts the corporate strategy should be divided:

- a) reviewing a list of existing business units and planning opening new business units when starting a business in new markets;
- b) reviewing domestic business units and international business units;
- c) planning and controlling activities.
- d) reviewing a list of existing business units and planning opening new business units when starting

Question 6.5 Denominate main management's conclusions after completing the GE/McKinsey matrix filling.

- a) identifying main directions of investments and main actives for selling;
- b) identifying main components of management development programs;
- c) identifying costs of main business processes.

Topic 7. Business strategy developing based on matrix instruments using. The M. Porter's matrix for generic business strategy choosing.

Question 7.1 What are the main objectives of the M. Porter's matrix using?

- a) choosing business strategy for a market;
- b) distributing resources between existing business units of the company;
- c) identifying main objectives for the company activities.

Question 7.2 Denominate axes forming the M. Porter's matrix.

- a) competitive scope and source of competitive advantage;
- b) competitive position and top management's activities effectiveness;
- c) competitive position and market attractiveness.

Question 7.3 Denominate a main objective of the business strategy developing.

- a) concentrating resources in the most important activities;
- b) cutting unexpected expenses;
- c) optimizing the organizational structure.

Question 7.4 Into what main parts the business strategy should be divided:

- a) profits and lost parts;
- b) functional strategies defining organizing of each important the company activity on the market;
- c) activities planning and controlling.

Question 7.5 What are the main objectives of the Key success factors concept using?

- a) identifying main targets on the market for functional strategies directing;
- b) powerful business strategy elaborating;
- c) taking into account external environment influence when develop the business strategy.

Topic 8. Product portfolio managing based on matrix instruments using. The BCG matrix.

Question 8.1 What are the main objectives of the Boston Consulting Group matrix using?

- a) choosing business strategy for a market;
- b) distributing resources between existing business units of the company;

c) choosing strategies for the product portfolio management.

Question 8.2 Denominate axes forming the BCG matrix.

- a) competitive scope and source of competitive advantage;
- b) market size changing (increasing) and relative market share meaning;
- c) competitive position and market attractiveness.

Question 8.3 Denominate a main objective of the product portfolio management strategy developing.

- a) optimizing the product portfolio from a point of view of current and short/middle term revenue maximizing;
- b) cutting unexpected expenses;
- c) optimizing the organizational structure.

Question 8.4 Denominate the main characteristics of the “Stars”:

- a) having a big relative market share on the rapidly growing market;
- b) having a small relative market share on the rapidly growing market;
- c) having a big innovative potential.

Question 8.5 Denominate the main characteristics of the “Problem kids”:

- a) having a big relative market share on the rapidly growing market;
- b) having a small relative market share on the rapidly growing market;
- c) having a unique set of features.

Инструкция по выполнению

Из предложенных тестовых заданий выбрать один правильный ответ. В каждом задании только один правильный ответ.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 40.

Один вопрос теста – 1 балл. Каждое тестовое задание содержит 20 тестовых вопросов. Выполняется два теста в семестр. Максимальный балл за семестр – 40.

- 16-20 баллов выставляются студенту, если он дал 80% правильных ответов;
- 11-15 баллов выставляются студенту, если он дал 70% правильных ответов;
- 5-10 баллов выставляются студенту, если он дал 51% правильных ответов;
- 0-4 баллов выставляются студенту, если он дал менее 50% правильных ответов.

Групповые и/или индивидуальные творческие задания/проекты

1. Develop a model of external environment in vaccines development (pharmaceutical industry) for using by research and development companies.
2. Develop a model of external environment in agricultural industry (wheat cultivation).
3. Develop a model of external environment in agricultural industry (cattle breeding).
4. Develop a model of external environment in agricultural industry (ostrich cultivation).
5. Develop a model of external environment in agricultural mechanical engineering.

6. Develop a methodology of industries examining for new perspective industry choosing (for starting a new business) for a company delivering agricultural products from Russia to Asia/Middle East countries.

7. Develop a methodology of industries examining for new perspective industry choosing (for starting a new business) for Russian company developing software for gaming.

8. Develop a methodology of industries examining for new perspective industry choosing (for starting a new business) for Russian company manufacturing aircrafts.

9. Develop a methodology of markets examining for new market choosing for Russian sewing company currently working on a domestic market.

10. Develop a methodology of markets examining for new market choosing for Russian fast food company currently working on a domestic market.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

каждое задание оценивается максимум в 4 балла.

для каждого задания/проекта:

4 балла – задание выполнено верно, ответ полный, исчерпывающий, содержит необходимые примеры, пояснения, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

3 балла – задание выполнено не в полном объеме, имеются существенные ошибки в изложении, примеры неадекватны заданию, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

2-1 баллов – ответ неполный, имеются существенные ошибки, которые устраняются студентом с подсказки преподавателя или других студентов; затрудняется дать теоретическое обоснование вопроса и привести соответствующие примеры;

0 баллов – задание не выполнено вообще или содержит грубые ошибки, полностью искажающие результат, студент отсутствует в аудитории / не находится онлайн в электронной среде.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в зачетном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются вопросы, касающиеся исторических и актуальных вопросов развития экономики России, различных ее секторов, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки владения целостным подходом к анализу развития страновых экономических систем и их влияние на различные аспекты международного бизнеса с использованием исторических и актуальных кейсов экономики России.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить эссе по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические рекомендации по написанию эссе

При работе над эссе студент реализует важный этап своего обучения. В процессе работы студенту необходимо изучить рекомендованную литературу, собрать необходимые материалы, сформировать собственное понимание предмета исследования на основе критического анализа различных подходов к рассматриваемой проблематике. Студент вправе привлекать и дополнительную литературу.

Основной задачей студента является углубленное изучение теоретических вопросов избранной темы, критический анализ основных публикаций. При этом следует понимать,

что такой критический анализ литературы преследует две цели:

- знакомство с фактической стороной исследуемой темы (обучающая);
- письменное изложение содержания с целью продемонстрировать понимание темы эссе и наличие собственного взгляда на исследуемую проблему.

При работе над эссе студент должен стремиться двигаться от простого пересказа знаний и информации, к их трансформации и, возможно, приращению. В процессе работы для расчетов и анализа показателей по рассматриваемой теме используется пакет прикладных программ LibreOffice.

Требования к оформлению эссе

Текст должен быть выполнен в печатном виде (объем 8-10 страниц, 14 шрифт, Times New Roman, полуторный интервал), с приложением списка источников. В кратком введении обосновывается актуальность темы, указывается использованная литература, формулируется цель работы. Основная часть эссе содержит высказанные студентом соображения и их фактологическое обоснование. В кратком заключении должны содержаться выводы по теме эссе. Завершается эссе списком использованных источников.