

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.03.2025 12:17:21
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ, ЛИДЕРСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДЕНО:

Директор института международной
экономики, лидерства и менеджмента

_____/А.А. Панарин/

«04» октября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И ВНЕШНЕТОРГОВАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Направление подготовки 38.03.01 Экономика
(уровень бакалавриата)**

Направленность/профиль:

«Международные экономические отношения»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа дисциплины «Международный бизнес и внешнеторговая деятельность». Направление подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль): «Международные экономические отношения» / Н.А. Ларина – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 26 с.

Рабочая программа дисциплины составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 954 и Профессионального стандарта «Экономист предприятия» от «30» марта 2021 г. № 161н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «29» апреля 2021 г., регистрационный № 63289).

Разработчики:

К.к., д.ф.н., Н.А. Ларина

Ответственный рецензент:

М. К. Чистякова, кандидат экономических наук, доцент, декан экономического факультета ОАНО ВО «Московский психолого-социального университета»
(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры аудита, финансов и кредита 04.10.2024г., протокол №2

Заведующий кафедрой _____ /Т.В. Новикова, к. э. н., доцент

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов навыков разработки бизнес-плана проекта.

- Задачи, решаемые в ходе освоения программы дисциплины:
- формирование профессиональных компетенций в области бизнес-планирования;
- обоснование роли планирования деятельности предприятия для оценки различных вариантов развития предприятия;
- изучение теоретических и нормативно-правовых основ бизнес-планирования;
- теоретическое и практическое обучение основам составления бизнес-планов;
- формирование навыков анализа финансового и организационного состояния предприятия с целью его реорганизации, получения инвестиций и кредитования.

Раздел 2. Планирование результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Знает, как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач ИУК-1.2. Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. ИУК-1.3. Владеет практическими навыками поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Международный бизнес и внешнеторговая деятельность» изучается в 7 семестре, относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки на очной форме обучения

Семестр 7										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация

			тия				ством препо- дателя			
4	144	32		32				76		Зачет с оценкой 9

на заочной форме обучения

Семестр 7										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проект- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дателя	Само- стоя- тельная работа	Те- ку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
4	144	4		8				123		Зачет с оценкой 9

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лек- ции	Лабора- торные занятия	Практи- ческие занятия	Семи- нары	Самостоя- тельная ра- бота	Те- ку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная аттеста- ция	Все го часов
7 семестр								
Тема 1. Особенно- сти постро- ения меж- дународных брендов	5		5		11			20
Тема 2. Междуна- родные ре- кламные и консалтин- говые ком- пании	5		5		11			20
Тема 3. Ло- кализация брендов для местного рынка	5		5		11			20
Тема 4. Культурные	5		5		11			19

и этические особенности в международном маркетинге								
Тема 5. Продвижение рекламных кампаний для международных рынков	4		4		11			19
Тема 6. Организационно-правовые формы выхода компаний на мировые рынки	4		4		8			19
Тема 7. Интегрированные стратегии международного бизнеса	4		4		8			19
Зачет с оценкой							9	9
Итого	32		32		71		9	144

Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
7 семестр								
Тема 1. Особенности построения международных брендов	1		2		18			20
Тема 2. Международные рекламные и консалтинговые ком-			1		18			20

пании								
Тема 3. Локализация брендов для местного рынка	1		1		18			20
Тема 4. Культурные и этические особенности в международном маркетинге			1		18			19
Тема 5. Продвижение рекламных кампаний для международных рынков	1		1		18			19
Тема 6. Организационно-правовые формы выхода компаний на мировые рынки			1		17			19
Тема 7. Интегрированные стратегии международного бизнеса	1		1		16			19
Зачет с оценкой							9	9
Итого	4		8		123		9	144

Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание темы
1	Тема 1. Особенности построения международных брендов	Кросс-культурное позиционирование брендов и миграция в позиционировании на разных рынках. Влияние Интернета. Вопрос выгодности построения международных брендов. Важность создания и построения международного бренда. Обеспечение предприятиями брендинга. Разработка стратегии международного брендинга. Этапы продвижения международного бренда. Международная защита бренда.

2	Тема 2. Международные рекламные и консалтинговые компании	Что такое консалтинг и зачем он нужен в международном бизнесе? Задачи консалтингового агентства. Виды и формы консалтинговых услуг в сфере бизнеса и маркетинга. Популярные консалтинговые компании РФ и СНГ. Международные рекламные организации: виды, роль в процессе становления российского рекламного рынка. Международные сетевые рекламные агентства. Рекламно-коммуникационные холдинги. Независимые рекламные агентства и их конфедерации. Специализированные рекламные структуры. Международная реклама в России.
3	Тема 3. Локализация брендов для местного рынка	Маркетинговая локализация. Адаптация бренда под иностранный рынок. Переориентация. Этапы локализации бренда, маркетинговая стратегия. Партнерство SWC.
4	Тема 4. Культурные и этические особенности в международном маркетинге	Развитие этики маркетинга в международном бизнесе. Основные этические аспекты маркетинговой деятельности. Кросс-культурные особенности в международном маркетинге. Стандарты этического поведения в разных странах. Этический кодекс предпринимателя. Проблемы культурных особенностей в международном маркетинге.
5	Тема 5. Продвижение рекламных кампаний для международных рынков	Основы продвижения мировых брендов на международном рынке. Обеспечение эффективности рыночного продвижения мирового бренда. Рекламное продвижение кампаний. Основные виды рекламных стратегий, которые используют для продвижения мировых брендов на международных рынках. Специфика рекламы мировых брендов в разных странах. Сложности организации международной рекламы.
6	Тема 6. Организационно-правовые формы выхода компаний на мировые рынки	Организационно-правовые аспекты выхода на внешние рынки компаний в зависимости от объемов инвестирования, их классификация. Инструменты регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации. Необходимые источники информации о внешних рынках для компаний экспортеров, для компаний производителей, для компаний посредников, для компаний импортеров. Роль инноваций и организационные формы их распространения на внешние рынки.
7	Тема 7. Интегрированные стратегии международного бизнеса	Общая характеристика стратегии интегрированного роста. Базисная стратегия. Эталонная стратегия. Стратегия интеграции «вперед». Стратегия интеграции «назад». Стратегия горизонтальной интеграции. Стратегия обратной вертикальной интеграции. Международные маркетинговые стратегии для креативной индустрии. Сущность и особенности. Специфика маркетинга в сфере креативных индустрий.

Занятия семинарского типа

(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинар-

ского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема № 1. Введение в курс «Международный бизнес и внешнеторговая деятельность»

1. Что такое международный брендинг?
2. Какие преимущества Вы можете перечислить международного брендинга?
3. С какими проблемами сталкивается международный брендинг?
4. Как разработать эффективную стратегию брендинга на мировом рынке?
5. Как Вы понимаете кросс-культурное позиционирование?
6. Как влияет интернет на международный брендинг?

Тема № 2. Цифровая трансформация Бизнес процесса.

1. Какие задачи выполняет консалтинговая компания?
2. Какие самые популярные компании СНГ оказывают консалтинговые услуги?
3. Роль консалтинга в сфере международного бизнеса?
4. Какую роль сыграли международные рекламные организации в становлении российского рекламного рынка?

Тема № 3. Методика составления начальных разделов бизнес-плана

1. Что такое маркетинговая локализация?
2. Зачем адаптируют бренд под иностранный рынок?
3. Какие этапы локализации бренда Вы бы выделили?
4. Как Вы понимаете Партнерства Шелкового пути?

Тема № 4. Разработка основных разделов бизнес-плана: характеристика предприятия и выбор вида деятельности

1. Что понимается под кросс-культурными особенностями в международном маркетинге?
2. Что включает в себя этический кодекс предпринимателя?
3. Какие существуют стандарты этичного поведения, на примере разных стран?
4. С какими проблемами в рамках культурных особенностей сталкиваются в международном маркетинге?

Тема № 5. Разработка основных разделов бизнес-плана: план маркетинга

1. Что понимается под продвижением мирового бренда?
2. Какие виды стратегий на данный момент используются для продвижения мировых брендов на международном рынке?
3. Как можно обеспечить эффективность рыночного продвижения мирового бренда?
4. Какая существует специфика рекламы в разных странах?
5. С какими сложностями сталкиваются рекламные компании при организации международной рекламы?

Тема № 6. Производственный план предприятия как раздел бизнес-плана

1. Какие организационные формы входят без вывоза капитала?
2. Какие организационные формы входят с вывозом капитала?
3. Какие существуют инструменты регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации?

4. Какую роль играют инновации на мировых рынках?
5. Каковы особенности организационной формы – лицензирование?
6. Каковы особенности организационной формы – франчайзинг?

Тема № 7. Организационный план как раздел бизнес-плана

1. Как вы понимаете стратегию интегрированного роста?
2. Раскройте преимущества и недостатки стратегии интеграции «вперед»?
3. Раскройте преимущества и недостатки стратегии горизонтальной интеграции?
4. Что такое эталонная стратегия?
5. Какие существуют Международные маркетинговые стратегии для креативной индустрии?

Тест

1. Форма международного маркетинга, которая охватывает организации, осуществляющие маркетинговые операции во многих государствах на основе международного разделения труда.
 - а) многонациональный маркетинг;
 - б) стратегический маркетинг;
 - в) мировой маркетинг;
 - г) внутренний маркетинг.

2. Какой из перечисленных видов деятельности не включается в международный маркетинг?
 - а) маркетинговые исследования;
 - б) производство продукции, основанное на знании нужд потребителей;
 - в) стратегическое планирование;
 - г) выбор технологии производства.

3. Косвенный экспорт не осуществляется через:
 - а) филиал компании;
 - б) посредника - экспортера;
 - в) агента - экспортера;
 - г) кооперативную организацию.

4. Большое количество предприятий, ведущих внешнюю торговлю, со временем основывают за рубежом собственные производственные филиалы для изготовления товаров - это стратегия:
 - а) прямого инвестирования;
 - б) общего владения;
 - в) экспорта;
 - г) совместной предпринимательской деятельности.

5. Углубление степени насыщения товарами и услугами, которые предлагаются для всех групп потребителей, выбор максимальной глубины рыночного спроса
 - а) стратегия диверсификация;
 - б) стратегия сегментации;
 - в) стратегия интернационализации;
 - г) стратегия дифференциации.

6. Основу господства международных корпораций на мировом рынке составляют:
 - а) прямые инвестиции
 - б) портфельные инвестиции

- в) поддержка государства
- г) партнерские связи

7. Международный франчайзинг — это:

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

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

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

Решение кейсов

1. Subway – сеть ресторанов быстрого питания, Работающая по принципу франчайзинга. Основной продаваемой продукцией являются сэндвичи и салаты. Официальное название компании Subway – Doctor's Associates, Inc. Фирма была основана в 1965 году Фредом Де Люкой и по состоянию на 5 марта 2015 года насчитывает 43643 ресторанов в 11 странах. В России сеть Subway начала активно развиваться в 2004 году, открыв свой первый ресторан в Санкт-Петербурге на Невском проспекте. В течение этого же года в России начали работу ещё четыре ресторана, в декабре 2008 г. сеть преодолела рубеж в 57 торговых точек, в апреле 2010 был открыт сотый ресторан Subway. В России мастер-франшизой сети Subway владеет компания SubwayRussia Service Company с головным офисом в Санкт-Петербурге. Развивается Subway только по франчайзингу. Концепция сети проста и доступна даже для начинающих рестораторов. Американский журнал Entrepreneur Magazine 11 лет подряд ставит Subway на 1-е место в рейтинге лучших франшиз. По словам Геннадия Кочеткова, вице-президента по развитию Subway Russia, открыть ресторан можно даже в жилом доме, так как в заведении не предусмотрена настоящая кухня и нет запахов. Кроме того, для Subway требуется лишь минимум оборудования, из которого самое сложное – печь для выпечки хлеба (подробнее см. план-схему), 40-50 кв. м площади для организации раздачи и подсобных помещений и еще 100-200 кв. м под зал со столиками для гостей. В России открытие ресторана Subway обойдется предпринимателю минимум в \$70-100 тыс. Правда, франчайзи еще придется заплатить 10 тыс. Doctor's Associates [пс. за обучение сотрудника в американском центре в течение двух недель (там выдается рецептура всех сэндвичей), а также за помощь в расстановке оборудования, столиков и т.п. После открытия точки франчайзи должен отчислять роялти – 8% с оборота. Однако, как утверждают опрошенные франчайзи, они не чувствуют себя сетью – каждый работает сам по себе. Нет единой ценовой политики, стоимость одного и того же сэндвича может различаться в пару десятков рублей. Франчайзи отмечают, что лишены преимуществ сетевого бизнеса. Каждая точка сама заключает договоры с поставщиками и не может рассчитывать на скидки. Более того, новому франчайзи приходится самостоятельно искать поставщиков. Нет единства у франчайзи и в продвижении брэнда. Заведения Subway в Москве сильно отличаются друг от друга. К примеру, дизайн табло с меню над прилавком в точке на Сухаревской площади и в заведении рядом с Белорусским вокзалом совершенно разный: и цветовая гамма, и

шрифты. В некоторых заведениях тунец в сэндвичах имеет разный вкус, а в одном из Subway в бутерброде с тунцом попадают кости.

Вопросы для обсуждения:

1. Каким образом такая ситуация с франчайзи: может навредить уже зарекомендовавшей себя компании?
2. Какие еще примеры компаний вы знаете, которые активно используют франчайзинг?
3. Что необходимо предпринять всем участникам данной ситуации, чтобы избежать проблем?

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы, обучаемых могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

Самостоятельная работа обучающихся

Наименование разделов/тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Особенности построения международных брендов	<ul style="list-style-type: none"> - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ
Тема 2. Международные рекламные и консалтинговые компании	<ul style="list-style-type: none"> - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ
Тема 3. Локализация брендов для местного рынка	<ul style="list-style-type: none"> - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ
Тема 4. Культурные и этические особенности в международном маркетинге	<ul style="list-style-type: none"> - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ
Тема 5. Про-	<ul style="list-style-type: none"> - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учеб-

Наименование разделов/тем	Виды занятий для самостоятельной работы
движение рекламных кампаний для международных рынков	ной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ
Тема 6. Организационно-правовые формы выхода компаний на мировые рынки	- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ
Тема 7. Интегрированные стратегии международного бизнеса	- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ

5.1. Примерная тематика эссе¹

1. Особенности формирования центров деловой активности в мировом хозяйстве
2. Развитие процессов глобализации и их влияние на составляющие международного бизнеса
3. Современные направления развития международного бизнеса
4. Международный бизнес в условиях западноевропейской интеграции
5. Влияние внешней среды на параметры международного бизнеса
6. Основные цели, задачи и функции международного маркетинга
7. Содержание основных стратегий внешнеэкономической деятельности
8. Характеристика каналов распределения на мировых рынках.
9. Особенности коммуникативной политики на международных рынках
10. Понятие экспортного товара в международном маркетинге
11. Особенности сегментирования зарубежных целевых рынков
12. Анализ внешних факторов среды в международном маркетинге
13. Корпоративная культура международных компаний
14. Модели управления компаниями в разных странах: Восток против Запада
15. Организация контроля в международном маркетинге
16. Подходы к выбору форм международного бизнеса.
17. Проблемы установления и развития промышленной кооперации между российскими и иностранными компаниями
18. Контролируемые и неконтролируемые факторы среды международного маркетинга
19. Что такое международный брендинг?
20. Какие преимущества Вы можете перечислить международного брендинга?
21. С какими проблемами сталкивается международный брендинг?
22. Как разработать эффективную стратегию брендинга на мировом рынке?

¹ Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

23. Как Вы понимаете кросс-культурное позиционирование?
24. Как влияет интернет на международный брендинг?
25. Что понимается под продвижением мирового бренда?
26. Какие виды стратегий на данный момент используются для продвижения мировых брендов на международном рынке?
27. Как можно обеспечить эффективность рыночного продвижения мирового бренда?
28. Какая существует специфика рекламы в разных странах?
29. С какими сложностями сталкиваются рекламные компании при организации международной рекламы?
30. Какие организационные формы входят без вывоза капитала?
31. Какие организационные формы входят с вывозом капитала?
32. Какие существуют инструменты регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации?
33. Какую роль играют инновации на мировых рынках?
34. Каковы особенности организационной формы – лицензирование?
35. Каковы особенности организационной формы – франчайзинг?

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений
УК-10. Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		
ИУК-10.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-10.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-10.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-9. Способен осуществлять организацию проведения анализа информации о результатах проведения контрольных мероприятий для выявления значимых отклонений от требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов		
ИПК-9.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-9.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ИПК-9.3	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
----------------	---	---

6.2.Типовые вопросы и задания

Перечень вопросов

1. Особенности формирования центров деловой активности в мировом хозяйстве
2. Развитие процессов глобализации и их влияние на составляющие международного бизнеса
3. Современные направления развития международного бизнеса
4. Международный бизнес в условиях западноевропейской интеграции
5. Влияние внешней среды на параметры международного бизнеса
6. Основные цели, задачи и функции международного маркетинга
7. Содержание основных стратегий внешнеэкономической деятельности
8. Характеристика каналов распределения на мировых рынках.
9. Особенности коммуникативной политики на международных рынках
10. Понятие экспортного товара в международном маркетинге
11. Особенности сегментирования зарубежных целевых рынков
12. Анализ внешних факторов среды в международном маркетинге
13. Корпоративная культура международных компаний
14. Модели управления компаниями в разных странах: Восток против Запада
15. Организация контроля в международном маркетинге
16. Подходы к выбору форм международного бизнеса.
17. Проблемы установления и развития промышленной кооперации между российскими и иностранными компаниями
18. Контролируемые и неконтролируемые факторы среды международного маркетинга
19. Что такое международный брендинг?
20. Какие преимущества Вы можете перечислить международного брендинга?
21. С какими проблемами сталкивается международный брендинг?
22. Как разработать эффективную стратегию брендинга на мировом рынке?
23. Как Вы понимаете кросс-культурное позиционирование?
24. Как влияет интернет на международный брендинг?
25. Что понимается под продвижением мирового бренда?
26. Какие виды стратегий на данный момент используются для продвижения мировых брендов на международном рынке?
27. Как можно обеспечить эффективность рыночного продвижения мирового бренда?
28. Какая существует специфика рекламы в разных странах?
29. С какими сложностями сталкиваются рекламные компании при организации международной рекламы?
30. Какие организационные формы входят без вывоза капитала?
31. Какие организационные формы входят с вывозом капитала?
32. Какие существуют инструменты регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации?
33. Какую роль играют инновации на мировых рынках?
34. Каковы особенности организационной формы – лицензирование?
35. Каковы особенности организационной формы – франчайзинг?

6.3.Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
УК-1	

6.4. Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.

9. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания контрольной работы и эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен: - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого

	вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
«Зачтено»	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Не зачтено»	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6.4.4. Тестирование

Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выпол-

нении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ

включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Деловая и/или ролевая игра – совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

«Круглый стол», дискуссия – интерактивные оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Занятие может проводить по традиционной (контактной) технологии, либо с использованием телекоммуникационных технологий.

Проект – конечный профессионально-ориентированный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по основанию дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте те-

му предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

7.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Case study) – метод анализа реальной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература²

Орлова П.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / П.И. Орлова. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 286 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-394-02432-0. — Режим доступа: <http://www.IPRsmarthop.ru/75227.html>

Мазилкина Е.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Е.И. Мазилкина. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 336 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-4487-0007-1. — Режим доступа: <http://www.IPRsmarthop.ru/63198.html>

Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В.З. Черняк [и др.]. — 4-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 591 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01812-6. — Режим доступа: <http://www.IPRsmarthop.ru/71209.html>

Дополнительная литература³

Шкурко В.Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Е. Шкурко, И.Ю. Никитина. — Электрон.текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 172 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-7996-1803-2. — Режим доступа: <http://www.IPRsmarthop.ru/65916.html>

Горбунов В.Л. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] / В.Л. Горбунов. — Электрон.текстовые данные. — М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. — 141 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.IPRsmarthop.ru/56371.html>

Курс по бизнес-планированию [Электронный ресурс] / . — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 119 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-379-01878-8. — Режим доступа: <http://www.IPRsmarthop.ru/65160.html>

Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

² Из ЭБС

³ Из ЭБС

15797-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509767> (дата обращения: 02.06.2023).

Нормативные правовые акты

Гражданский кодекс Российской Федерации.

Налоговый кодекс Российской Федерации. Части I и II.

Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 16.10.2002 г. № 127-ФЗ.

Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями).

Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями).

Периодические издания (профессиональные журналы)

Проблемы теории и практики управления.

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p><u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (40 столов, 80 стульев, доска аудиторная передвижная), стол преподавателя, стул преподавателя).</p> <p><u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование плазменный экран, пульт).</p>	<p>111396, г. Москва, просп. Зелёный, д.66А</p> <p style="text-align: center;">Этаж 2 Помещение VI Комната 1 (кабинет №201) (100,7 кв. м.)</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p> <p>Специализированная мебель (9 столов, 9 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета</p>	<p>111396, г. Москва, просп. Зелёный, д.66А</p> <p style="text-align: center;">Этаж 3 Помещение XII Комната 9 (кабинет №317) (25,5 кв. м.)</p>

