

# БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
и образовательным инновациям

О.Н. Здрок

« 2 » июля 2020г.

Регистрационный № УД-8566 /уч.

## BUSINESS EXPANSION

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности:

1-25 80 01 Economics

Профилизация:

Economics and Management at Enterprise

2020 г.

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

## Цель и задачи дисциплины

**Цель** учебной дисциплины: сформировать у магистрантов системное представление о международной коммерческой деятельности на основе изучения теоретических основ и практических аспектов функционирования субъектов хозяйствования на международных рынках, а также рассмотрения норм и правил подготовки, реализации и оценки эффективности внешнеэкономических сделок.

### **Задачи** учебной дисциплины:

1. Ознакомление с основами международного бизнеса в современных конкурентных условиях
2. Раскрытие научных основ внешнеэкономической деятельности, ее предмета, задач, методов и содержания;
3. Изучение теоретических основ и практических аспектов функционирования субъектов хозяйствования на международных рынках.

**Место учебной дисциплины** в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Учебная дисциплина «Business Expansion» относится к модулю «International and Marketing Activity» компонента учреждения высшего образования.

**Связи** с другими учебными дисциплинами, включая учебные дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины специализации и др.

В рамках изучения дисциплины «*Business Expansion*» расширяются и углубляются теоретические знания и практические навыки, полученные в при освоении дисциплин «Strategic Marketing», «Strategic Management».

### **Требования к компетенциям**

Освоение учебной дисциплины «*Business Expansion*» должно обеспечить формирование следующих специализированных компетенций:

- СК-5. Быть способным решать задачи управления организациями, связанные с деятельностью мировых рынков в условиях глобальной конкуренции.
- СК-6. Внедрять в практику основные методы и инструменты маркетингового анализа в цифровой среде.
- СК-7. Быть способным находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы для создания нового бизнеса.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать: основные понятия и категории в области международного бизнеса в современных конкурентных условиях; научные основы внешнеэкономической деятельности, ее предмет, задачи, методы и содержание; методы анализа эффективности и аналитики деятельности

компании на международных рынках; основные виды стратегий расширения бизнеса и этапы работ при разработке стратегии расширения;

уметь: планировать внешнеэкономическую деятельность компании; разрабатывать стратегию расширения бизнеса; анализировать эффективность и деятельность компании и стратегии ее расширения;

владеть: навыками разработки стратегии расширения бизнеса, ее реализации и оценки эффективности; создания системы анализа эффективности деятельности компании на международном рынке; навыками разработки, обоснования и составления внешнеторговых контрактов международной купли-продажи товара и оценки их экономической эффективности.

#### Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 1 семестре дневной формы обучения. Всего на изучение учебной дисциплины «Business Expansion» отведено:

— для очной формы получения высшего образования—198 часов, в том числе 68 аудиторных часа, из них: лекции —34 часа, практические занятия — 20 часа, управляемая самостоятельная работа – 14 часов (из них 8 часов ДО).

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Форма текущей аттестации – экзамен в 1 семестре.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Topic 1. International business in modern competitive conditions of the formation and development of an innovative economy.

Subject and structure, goals, objectives of the discipline "Business expansion". Global trends and conditions for the formation and development of an innovative economy. International business, expansion of international business, foreign economic relations and foreign economic activity in modern conditions. Objects and subjects of foreign economic activity. International business management. Basic competencies of an international business manager and his role functions. International economic integration.

Topic 2. International Business in the Context of Digital Transformation: Driving Forces of Digital Transformation

Characteristics of the digital economy. The essence and role of digital transformation of society in modern conditions. Main directions and resources of digital transformation. The main features of the functioning of digital companies and their role in international business.

Topic 3. Basic terms of delivery in international business.

Basic terms of delivery - Incoterms: history of formation, structure and content. Distribution of organizational and financial obligations for the supply of goods between the exporter and the importer in accordance with the basic delivery condition of Incoterms 2010. Features of the practical use of Incoterms in the development and implementation of international transactions.

Topic 4. State regulation of international business.

Essence, history of formation and practice of state and international regulation of international business. Protectionism and free trade. The role of international economic organizations. Methods of state regulation of foreign economic activity. Tariff regulation and its functions. Essence and content of the customs tariff. System of customs duties and fees. Customs value and methods of its determination. Non-tariff methods of international trade regulation. Customs regimes. Goals and objectives of the system for describing and coding goods. The procedure for calculating the economic effects of measures of tariff and non-tariff regulation of foreign trade. Foreign exchange regulation of international business.

Topic 5. International business environment: features of assessment and analysis.

Essence, state, features of the analysis of the institutional environment. Quantitative tools for analyzing the external environment. The cultural environment of international business. Model of the cultural environment of international business. Changing the international business environment. Strategic analysis of the external environment. Strategic management. SWOT analysis and features of its implementation.

Topic 6. Consumer behavior in the market. International marketing.

International marketing environment and features of its research. Assessment of the attractiveness and ways of firms entering international markets. Marketing research: goals, objectives and methodology. Project and systematic approaches to marketing research in international markets. Internal and external subjects of marketing research. Process and main directions of marketing research. Marketing research of the global market. Selection of segments and assessment of the competitive potential of international markets. Methods of entry and forms of consolidation of firms in international markets. Marketing strategies for international business. Global marketing strategies. New technologies of international marketing: branding trends in international marketing, electronic markets and e-commerce, the impact of Internet technologies on the development of international marketing. Features of the online market and online trading. Types of online promotion.

Topic 7. Policy of expansion. Activity of transnational corporations in global and regional markets.

The essence and significance of the expansion policy. Assessment of the impact of transnational corporations activities in modern conditions. Forms of expansion of transnational corporations. Business strategies for international expansion of transnational corporations and their content. The economic impact of transnational corporations. Global placement of sources of supply. International production.

Topic 8. Strategic alliances. Foreign market penetration strategies.

International strategic alliances: essence, main characteristics, value in modern conditions. The advantages and disadvantages of strategic alliances. International integration of small and medium enterprises. Types and essence, main features of strategies for penetrating foreign markets.

Topic 9. International logistics and its role in international business

The essence and role of logistics in international business. Principles of rational organization of logistics processes. The essence and types of supply chain strategies. Supply chain management for international companies. Transport logistics in international business, its role in modern conditions. Classification of transport systems. Global logistics.

Topic 10. Organization of finance, marketing, innovation management in international companies.

The essence and features of strategic management in international companies. Priority tasks of personnel management in global companies. Human resource management in international business: state, problems and prospects. Personnel management in international organizations.

Business models of digital multinational companies. Digital transformation as an element of the corporate strategy of international companies.

Innovation management in international companies. Features of financial management.

Topic 11. Risks in international business and the practice of their insurance.

Essence and types of risks. Features of risks in foreign economic activity. Risk management concepts. Risk analysis using qualitative methods. Quantitative risk analysis. Development of a risk response plan. Insurance in international trade practice. The procedure for concluding an insurance contract. Insurance policy. Transport insurance of export-import cargo. Insurance of the risk of non-payment for export-import operations. Export credit insurance. Insurance methods for foreign exchange risks.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

| Дневная форма получения образования |                                                                                                                    |                             |                      |                     |                      |      |                      |                                                                                                     |  |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Номер раздела, темы                 | Название раздела, темы                                                                                             | Количество аудиторных часов |                      |                     |                      |      | Количество часов УСР | Формы контроля знаний                                                                               |  |
|                                     |                                                                                                                    | Лекции                      | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Иное |                      |                                                                                                     |  |
| 1                                   | 2                                                                                                                  | 3                           | 4                    | 5                   | 6                    | 7    | 8                    | 9                                                                                                   |  |
| 1.                                  | International business in modern competitive conditions of the formation and development of an innovative economy. | 2                           |                      |                     |                      |      | 2 ДО                 | Опрос. Дискуссия.<br>Подготовка докладов и рефератов.                                               |  |
| 2.                                  | International Business in the Context of Digital Transformation: Driving Forces of Digital Transformation          | 4                           | 2                    |                     |                      |      | 2                    | Опрос. Дискуссия.<br>Подготовка докладов и рефератов.                                               |  |
| 3.                                  | Basic terms of delivery in international business.                                                                 | 2                           |                      |                     |                      |      | 2 ДО                 | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов.                                     |  |
| 4.                                  | State regulation of international business                                                                         | 2                           |                      |                     |                      |      | 2                    | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов.<br>«Мозговой штурм». Анализ кейсов. |  |
| 5.                                  | International business environment: features of assessment and analysis                                            | 4                           | 2                    |                     |                      |      | 2 ДО                 | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов.<br>Анализ кейсов.                   |  |
| 6.                                  | Consumer behavior in the market. International marketing                                                           | 4                           | 2                    |                     |                      |      | 2                    | Опрос. Выполнение контрольной работы в форме итогового проекта.                                     |  |

|     |                                                                                            |           |           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |  |  |  |                                                                                                                     |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|-----------|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                            |           |           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |  |  |  | Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов. Анализ практических ситуаций. Дискуссия. «Мозговой штурм». |
| 7.  | Policy of expansion. Activity of transnational corporations in global and regional markets | 4         | 4         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |  |  |  | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов. «Мозговой штурм». Анализ кейсов.                    |
| 8.  | Strategic alliances. Foreign market penetration strategies                                 | 2         |           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 ДО      |  |  |  | Опрос. Самостоятельная работа, решение задач, подготовка докладов и рефератов. Анализ кейсов. Анализ кейсов.        |
| 9.  | International logistics and its role in international business                             | 2         | 2         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |  |  |  | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов. Анализ практических ситуаций. Дискуссия.            |
| 10. | Organization of finance, marketing, innovation management in international companies       | 6         | 6         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |  |  |  | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов. «Мозговой штурм».                                   |
| 11. | Risks in international business and the practice of their insurance                        | 2         | 2         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |  |  |  | Опрос. Самостоятельная работа, подготовка докладов и рефератов. Анализ практических ситуаций. Дискуссия.            |
|     | <b>ИТОГО:</b>                                                                              | <b>34</b> | <b>20</b> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | <b>14</b> |  |  |  |                                                                                                                     |

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Перечень основной литературы

1. Fridson, M. S., Alvarez, F. Financial Statement Analysis: A Practitioner's Guide / M. S. Fridson, F. Alvarez. - 4<sup>th</sup> Edition. - Hoboken : Wiley, 2011. - 400 p.
2. Rogala, A., Bialowas, S. Communication in Organizational Environments : Functions, Determinants and Areas of Influence / A. Rogala, S. Bialowas. — London : Palgrave Macmillan, 2016. — 254 p.
3. Brath, R., Jonker, D. Graph Analysis and Visualization: Discovering Business Opportunity in Linked Data / R. Brath, D. Jonker. — Hoboken : Wiley, 2015. — 513 p.
4. Homer, D. Accounting for Non-Accountants / D. Horner. — 1<sup>st</sup> Edition. — London: Kogan Page, 2017. - 392 p.
5. Krugman, P. R., Obstfeld, M., Melitz, M. J. International Economics: Theory and Policy, Global Edition / P. R. Krugman, M. Obstfeld, M. J. Melitz. — 18<sup>th</sup> Edition. - Boston: Pearson, 2018. - 807 p.
6. Huber, C. The Corporate Reputation of Multinational Corporations An Analysis of Consumers' Perceptions of Corporate Reputation and its Effects Across Nations / Trier, Germany, 2017. - 181 p.
7. Distler, J. Acquisitions by Emerging Multinational Corporations Motivation and Performance of Transactions in Western Europe and North America / J. Distler/ - Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2018. — 451 p.

### Перечень дополнительной литературы

1. Golo, J. International Business: Competing in the Global Marketplace. Economic Horizons / J. Golo// Ekonomski Horizonti, — Vol. 17, Ml. — P. 71—73.
2. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management, Global Edition P. Kotler, K. L. Keller. - 15<sup>th</sup> Edition. - Boston: Pearson, 2016. - 832 p.
3. Fridson, M. S., Alvarez, F. Financial Statement Analysis Workbook: A Practitioner's Guide/ M. S. Fridson, F. Alvarez. — 4<sup>th</sup> Edition. — Hoboken : Wiley, 2011. - 208 p.

## **Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки**

В процессе преподавания дисциплины используется текущий и итоговый контроль знаний. Формы текущей диагностики знаний: устный опрос, выполнение тестов, выполнение самостоятельных и контрольных работ, дискуссия, анализ практических ситуаций. Учебным планом предусмотрен итоговый контроль знаний в форме экзамена.

В процессе проведения занятий по дисциплине используются следующие методы диагностики результатов знаний: устная проверка полученных знаний при проведении практических занятий, выполнение письменных работ (контрольных и самостоятельных работ, эссе, рефератов и докладов, электронных презентаций), анализ практических ситуаций, дискуссия; кейс-метод; метод учебной дискуссии.

Метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод) предполагает:

- приобретение студентом знаний и умений для решения практических задач; анализ ситуации, используя профессиональные знания, собственный опыт, дополнительную литературу и иные источники.

Метод учебной дискуссии предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

При оценивании работы на лекциях (опрос) и практических занятиях учитывается полнота четкость, ясность изложения материала, аргументированность и полнота ответа, использование примеров из практики и т.д.

При оценивании реферата (доклада) обращается внимание на: содержание и полноту раскрытия темы, структуру и последовательность изложения, источники и их интерпретацию, корректность оформления и т.д.

При оценке открытого (эвристического) задания учитывается: самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта, исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей, личностная значимость достигнутых результатов, а также корректность используемых методов исследования, привлечение знаний из различных областей, организация работы группы, практикоориентированность полученных результатов.

В процессе преподавания дисциплины используется **рейтинговая система оценки знаний**, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения.

Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине. Итоговая оценка по дисциплине определяется исходя из *текущей оценки* работы студента в течение всего семестра (текущий контроль знаний) и *экзаменационной оценки* (итоговый контроль знаний).

*Рейтинговая (итоговая) оценка* вычисляется по следующей формуле:

$$\text{ИО} = 0,4 \cdot \text{ТО} + 0,6 \cdot \text{ЭО},$$

где ИО – итоговая оценка; ТО – текущая оценка; ЭО – экзаменационная оценка.

**Формирование оценки за текущую успеваемость:**

- ответы на семинарских занятиях – 20%;
- контрольная работа (выполнение тестовых заданий) – 30%;
- подготовка презентаций и докладов по темам – 20%;
- выполнение кейсов – 30 %.

**Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов**

Во время практических занятий по дисциплине «Business expansion» магистранты должны выполнить 3 управляемых самостоятельных работы с аудиторным контролем и 4 управляемых самостоятельных работы с дистанционным контролем:

**1. УСП1 по теме: «International business in modern competitive conditions of the formation and development of an innovative economy».**

Форма контроля – контрольная работа в форме теста, который выполняется и проверяется дистанционно.

Примерный перечень вопросов теста:

1. Internationalization (sometimes shortened to "I18N", meaning "I - eighteen letters -N") is the process of planning and implementing products and services so that they can easily be adapted to specific local languages and cultures.
2. Globalization is the spread of products, technology, information, and jobs across national borders and cultures. In economic terms, it describes an interdependence of nations around the globe fostered through free trade.
3. Franchising - arrangement where one party grants another party the right to use its trademark or trade-name as well as certain business systems and processes, to produce and market a good or service according to certain specifications.

4. What is the basis for the dominance of international corporations in the global market? (direct investment)
5. The largest American information company that provides information about companies in the world is...(Dun and Breadstreet)
- ...

**2. УСП2 по теме: «International Business in the Context of Digital Transformation: Driving Forces of Digital Transformation»** в рамках пройденного материала для закрепления практических навыков.

Форма контроля – контрольная работа в форме выполнения кейса, который защищается на практических занятиях.

#### CASES

##### Questions:

- 1 Do you know Amazon company?
- 2 What are the main competitors of the company?
- 3 Which digital transformation methods company can use to expand?
- 4 Analyze Amazon business situation. Offer your solutions to this problem.

#### AMAZON BUSINESS

Extending the consumer friendly platform to the B2B space, improving the customer experience

##### Key facts

- Amazon has extended its consumer friendly platform to a specialized marketplace for businesses to buy from Amazon and third parties. Individuals can buy on behalf of their company and integrate order approval workflows as well as reporting.

- Amazon Business serves as an example of 'digital customer' expectations transitioning to the B2B world.

- While establishing user friendly and efficient e-commerce is a challenge in the B2B environment, Amazon Business is a viable service or supplementary offering for many of these B2B sellers.

##### Uniqueness

- Features include: free two-day shipping on orders of \$49 or more, exclusive price discounts, hundreds of millions of products, purchasing system integration, tax-exempt purchasing for qualified customers, shared payment methods, order approval workflows, and enhanced order reporting among others.

- Live Expert program: allows manufacturers to easily connect with buyers & answer questions about products.

##### Value

- The B2B wholesale market represents between \$7.2 and \$8.2 trillion in the U.S. alone.

- Amazon charges third-party sellers a commission on sales ranging from 6% to 15%, depending on the product category and the size of an order.
- Personalization will be available by industry vertical, like construction, manufacturing, healthcare, education, and food service.

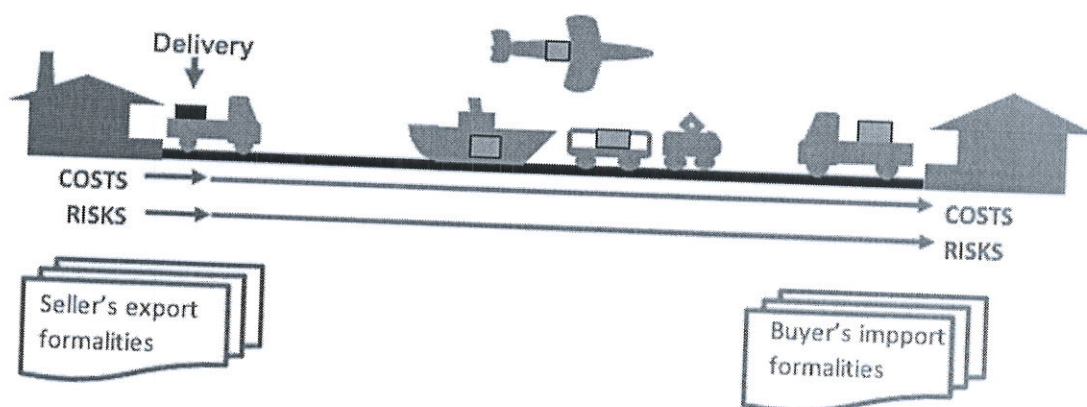
#### Approach

- Amazon initially launched Amazon Supply in 2012 that grew to over 2.25 million products ranging from janitorial suppliers to metal-cutting tools and industrial equipment. Amazon Supply was later supplanted by Amazon Business.
- Amazon Business launched in April 2015, with over 250 million products and a more holistic marketplace for B2B companies. Currently Amazon Business is only available for U.S. companies but is considering expansion into other geographies.

### 3. УСП3 по теме: «Basic terms of delivery in international business».

Форма контроля – контрольная работа в форме теста, который выполняется и проверяется дистанционно.

Примерные задания теста:



### 4. УСП4 по теме: « State regulation of international business».

Форма контроля – подготовка рефератов и презентаций, которые защищаются на практических занятиях.

Примерный перечень тем для подготовки рефератов и презентаций:

- 1 Forms and methods of state regulation of international business
- 2 Protectionism and free trade
- 3 The role of international economic organizations
- 4 Methods of state regulation of foreign economic activity
- 5 Tariff regulation and its functions
- 6 Non-tariff methods of international trade regulation
- 7 ...

**5. УСП5 по теме: «International business environment: features of assessment and analysis»**

Форма контроля – контрольная работа в форме теста, который выполняется и проверяется дистанционно.

Примерные задания теста:

- a) Two key facets of globalization are:
  - 1. The globalization of markets;
  - 2. The globalization of production
- b) Difficulties in Globalization of Markets
  - 1. Significant differences still exist among national markets;
  - 2. Country-specific marketing strategies;
  - 3. Varied product mix
- c) Managing in the Global Marketplace
  - 1. Countries differences require companies to vary their practices country by country;
  - 2. Managers face a greater and more complex range of problems;
  - 3. International companies must work within the limits imposed by governmental intervention and the global trading system;
  - 4. International transactions require converting funds and being susceptible to exchange rate changes.
- d) Is the shift toward a more integrated and interdependent global economy a good thing?
  - 1. Many experts believe that globalization is promoting greater prosperity in the global economy, more jobs, and lower prices for goods and services;
  - 2. Others feel that globalization is not beneficial
  - ...

**6. УСП 6 по теме: «Consumer behavior in the market. International marketing» в рамках пройденного материала для закрепления практических навыков.**

Форма контроля – контрольная работа в форме выполнения кейса, который обсуждается и защищается на практических занятиях.

Questions for discussion:

- What marketing methods does the company use to promote itself on the global market?
- Have you noticed any differences in the company's corporate identity in different countries?
- ...

## TOPIC FOR DISCUSSION:

### WHY IS KFC'S INTERNATIONAL MARKETING SO UNSTOPPABLE?

KFC has made wave after wave in the marketing community due to its resounding success in China. Far and away the country's most popular American fast food chain, the company is seemingly bulletproof when it comes to its performance with Chinese consumers. KFC became the first American fast food chain to enter the Chinese market when it opened its first restaurant just a short walk from Beijing's famous Tiananmen Square in 1987. At the time, the three-story branch was KFC's largest in the world — an impressive start which set the tone for the chain's continued triumphs in the country.

Without any doubts, KFC is one of the companies that have gone global very successfully. We've looked into KFC's international marketing strategies in China to identify exactly what the chicken powerhouse has been doing so well. If you're looking to go international with your brand, you'd be well served to include these principles in your own marketing strategies. With KFC's lessons in mind, you'll be headed down the path to success with your marketing mix, no matter where you choose to expand.

**7. УСР 7 по теме: « Strategic alliances. Foreign market penetration strategies»** в рамках пройденного материала для закрепления практических навыков.

Форма контроля — контрольная работа в форме дистанционного выполнения заданий, результаты которых проверяются также дистанционно.

Примерный перечень заданий:

Fill in the table. Explain your answers

| Strategy                  | Conditions to use | Advantages | Disadvantages |
|---------------------------|-------------------|------------|---------------|
| Foreign direct investment |                   |            |               |
| Exporting                 |                   |            |               |
| Licensing                 |                   |            |               |
| Management contract       |                   |            |               |
| Joint venture             |                   |            |               |
| Manufacturing             |                   |            |               |
| Assembly options          |                   |            |               |
| Turnkey operation         |                   |            |               |
| Acquisition               |                   |            |               |
| Strategic alliance        |                   |            |               |

What methods of market penetration do you consider the most risky? The least risky?

What strategy would you choose to enter the global market for your company?

### **Примерная тематика практических занятий**

Topic 1. International business in modern competitive conditions of the formation and development of an innovative economy.

Topic 2. International Business in the Context of Digital Transformation: Driving Forces of Digital Transformation

Topic 3. Basic terms of delivery in international business.

Topic 4. State regulation of international business.

Topic 5. International business environment: features of assessment and analysis.

Topic 6. Consumer behavior in the market. International marketing.

Topic 7. Policy of expansion. Activity of transnational corporations in global and regional markets.

Topic 8. Strategic alliances. Foreign market penetration strategies.

Topic 9. International logistics and its role in international business

Topic 10. Organization of finance, marketing, innovation management in international companies.

Topic 11. Risks in international business and the practice of their insurance.

**Описание инновационных подходов и методов  
к преподаванию учебной дисциплины (эвристический,  
проективный, практико-ориентированный)**  
В процессе обучения активно применяются следующие методики:

**1. «Мозговой штурм», конференция идей, метод коллективного блокнота.**

«Мозговой штурм» – это наиболее эффективный метод генерирования новых идей путем творческого сотрудничества специалистов.

Конференция идей отличается от метода «мозгового штурма» тем, что активно поощряет критику в форме реплик и комментариев. Считается, что критика может повысить ценность идеи, которая предлагается.

Метод коллективного блокнота объединяет индивидуальное продвижение идей каждым членом рабочей группы с их коллективной оценкой. Каждый участник группы получает блокнот, в котором в доступной форме изложена суть решаемой проблемы. Метод коллективного блокнота обеспечивает выдвижение независимых идей членами коллектива с последующей оценкой предложений. С этой целью каждый член коллектива получает блокнот, в котором в общих чертах излагается существо анализируемого вопроса, приводятся необходимые вспомогательные и справочные материалы, например, схемы документооборота, должностные инструкции и т.д.

В течение заранее установленного времени каждый субъект анализа записывает в свой блокнот результаты анализа и предложения, а в заключение дает оценку своим идеям, выделяя лучшие. По истечении времени участники работ сдают блокноты координатору для подготовки на основе содержащихся в них материалов обобщающей записки. Оценка групповых аналитических альтернатив осуществляется любым из рассмотренных ранее методов оценки.

Метод коллективного блокнота удобен в тех случаях, когда невозможно осуществить продолжительную совместную работу, привлечь опытных консультантов. Для использования метода необходимо наличие в коллективе организации творчески мыслящих, опытных специалистов.

**2. Метод контрольных вопросов, метод морфологического анализа.**

Метод контрольных вопросов заключается в нахождении решения проблемы с помощью «наводящих» вопросов.

Сущность метода фокальных объектов заключается в перенесении признаков случайно избранных объектов на объект, который совершенствуется, и находится будто бы в фокусе переноса (отсюда название).

Метод морфологического анализа базируется на комбинаторике и

систематическом изучении всех теоретически возможных вариантов, которые вытекают из закономерностей строения (морфологии) изучаемого объекта.

### **3. Метод аналогий.**

Группа экспертов рассматривает возможный метод разрешения проблемы или поиск причины сложившейся ситуации, опираясь на прошлый опыт своих или аналогичных субъектов хозяйствования. В этом случае эксперты практически продумывают свой опыт и те ситуации, с которыми им приходилось сталкиваться и, основываясь на нем, предлагают способы решения поставленной задачи, выясняя причины сложившейся ситуации и пути их устранения. Естественно, что в этом случае большим подспорьем может быть использование материалов с описанием аналогичных ситуаций в разные периоды и на разных объектах. Эти материалы могут быть получены из периодических изданий, научной литературы, а также из протоколов собраний учредителей, совета директоров, заседаний отделов и специализированных групп, работающих на предприятии. Значительный интерес представляет знакомство с банком ситуаций, которые проанализированы и обобщены специализированными консультационными фирмами. В том случае, когда эксперты получают материалы ситуаций, складывающихся в других объектах, в их задачу входит отбор тех, которые по принципиальным положениям сходны с решаемой, т.е. оценивается сходство объекта, ситуации, целей, которые преследует анализ. После такого отбора определяется возможность использования опыта по разрешению проблемы о готовности объекта к реализации конкретных мер: состояние производственно-технической базы, квалификация кадров, наличие финансовых ресурсов и возможность их привлечения, период разрешения задачи и т.п. Конечно, метод аналогий позволяет только определить основные направления экономического анализа и на следующих этапах нуждается в более глубоком анализе с использованием количественных методов. Однако предварительное использование такого метода предупреждает неоправданно детальный анализ в том направлении, которое не раскрывает влияние основных причин сложившейся ситуации.

### **4. Метод экспертных оценок.**

Студенты на занятиях по «Экономике организации» выступают в роли экспертов для решения поставленных сложных задачи по поиску новых путей продвижения продукции в современном мире, освоению новых рынков.

С этой целью студенты тщательно обрабатывают имеющиеся данные о состоянии мировых финансовых и товарных рынков, изучают крупных мировых лидеров по производству товаров и услуг, а также положительный

мировой опыт освоения новых рынков.

На основании имеющейся информации, а также опыты продвижения товаров и услуг (как положительного, так и отрицательного) обучающиеся придумывают свои нестандартные пути и методы освоения новых и имеющихся рынков с целью захвата рыночной ниши, что в итоге приводит к появлению новых технологий конкурентной борьбы и, впоследствии, новых видов оказываемых деловых и консалтинговых услуг.

Использование данного метода позволяют студентам развить свои навыки на примере конкретных ситуаций, что ведет к росту практикоориентированности процесса обучения, развитию деловых и личностных характеристик обучающихся.

### **5. Кейс-метод.**

Это метод активного проблемно – ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач-ситуаций (кейсов).

Главное его предназначение – развивать способность находить решение проблемы и учиться работать с информацией. При этом акцент делается не на получение готовых знаний, а на их выработку, на сотворчество учителя и ученика! Суть «кейс» - технологии заключается в создании и комплектации специально разработанных учебно-методических материалов в специальный набор (кейс) и их передаче (пересылке) обучающимся.

Каждый кейс представляет собой полный комплект учебно-методических материалов, разработанных на основе производственных ситуаций, формирующих у обучающихся навыки самостоятельного конструирования алгоритмов решения производственных задач. Результаты выполненных проектов должны быть, что называется, «осязаемыми», т.е., если это теоретическая проблема, то конкретное ее решение, если практическая – конкретный результат, готовый к использованию (на уроке, в школе, в реальной жизни). Если говорить о данном методе как о педагогической технологии, то эта технология предполагает совокупность исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по самой своей сути.

Кейс - технологии относят к интерактивным методам обучения, они позволяют взаимодействовать всем учащимся, включая педагога.

#### **Потенциал метода кейсов**

Способствует развитию умений:

- Анализировать ситуации.
- Оценивать альтернативы.
- Выбирать оптимальный вариант решений.
- Составлять план осуществления решений.
- И как результат - Устойчивый навык решения практических задач

### **Высокая эффективность кейс-метода**

- 1) развитие навыков структурирования информации;
- 2) освоение технологий выработки управленческих решений различного типа (стратегических, тактических);
- 3) актуализация и критическое оценивание накопленного опыта в практике принятия решений;
- 4) эффективная коммуникация в процессе коллективного поиска и обоснования решения;
- 5) разрушение стереотипов и штампов в организации поиска верного решения;
- 6) стимулирование инноваций за счет синергетики знаний — развитие системного, концептуального знания;
- 7) повышение мотивации на расширение базы теоретического знания для решения прикладных задач.

### **Возможности кейс-технологии в образовательном процессе:**

- 1) повышение мотивации учения у обучающихся;
  - 2) развитие интеллектуальных навыков у учащихся, которые будут ими востребованы при дальнейшем обучении и в профессиональной деятельности
- Использование кейс-технологии имеет ряд преимуществ:

У учащихся развивается умение слушать и понимать других людей, работать в команде.

В жизни ребятам пригодится умение логически мыслить, формулировать вопрос, аргументировать ответ, делать собственные выводы, отстаивать свое мнение.

Достоинством кейс- технологий является их гибкость, вариативность, что способствует развитию креативности

Требования к содержанию кейса

1. Рассматривается конкретная ситуация, имеющая место в реальной жизни (основные случаи, факты).

2. Информация может быть представлена не полно, т.е. носить ориентирующий характер.

3. Возможно дополнение кейса данными, которые могут иметь место в действительности.

Результаты, возможные при использовании «Кейс-метода»:

Учебные

1. Усвоение новой информации.
2. Освоение метода сбора данных.
3. Освоение метода анализа.
4. Умение работать с текстом.

5. Соотнесение теоретических и практических знаний.

Образовательные

1. Создание авторского продукта
2. Образование и достижение личных целей.
3. Повышение уровня коммуникативных навыков
4. Появление опыта принятия решений, действий в новой ситуации, решения проблем

### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся**

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- выполнение заданий, выдаваемых на практических занятиях; –
- изучение материала, выносимого на самостоятельную проработку; –
- подготовка к практическим занятиям; – подготовка к экзамену.

Эффективность самостоятельной работы студентов проверяется в ходе текущего и итогового контроля знаний. Для общей оценки качества усвоения студентами учебного материала используется рейтинговая система.

### Примерный перечень экзаменационных тестовых вопросов

1. One of the greatest advantages of purchasing a related business?
  - A. You know the business
  - B. Your controls are in place
  - C. Your buying power will be stronger
  - D. All of the above
2. As a franchisor you must provide:
  - A. Design and working drawings of the stores
  - B. Create a site evaluation model
  - C. Negotiate and approve the suitable location
  - D. Hire and train the franchisee's employees
  - E. All of the above
3. Retained earnings are funds remaining after:
  - A. Maintenance costs
  - B. Depreciation
  - C. Taxes
  - D. Research and Development
  - E. All of the above
4. International trade can:
  - A. Help sell excess manufacturing capacity
  - B. Reduce dependence on domestic markets
  - C. Maintain competitiveness in domestic market
  - D. All of the above
5. The C.P.A. is important because they:
  - A. Furnish your audited financial statement
  - B. Evaluate the financial records of the buyer
  - C. Advise on tax matters
  - D. All of the above
6. When should retained earnings be invested back into the business?
  - A. When \$1.00 invested will produce at least \$.50 in value
  - B. Upon the recommendation of the chief financial officer or investment council
  - C. When \$1.00 invested will produce more than \$1.00 in value
7. What are some of the risks in purchasing a business?
  - A. The seller's suppliers may not want to sell to you
  - A. The labor force may not be compatible with yours
  - B. You may be buying problems you are unaware of
  - C. All of the above

8. A disadvantage of public ownership is:
- A. Your books are open to the public and your competitors
  - B. Intellectual property and patents become public property
9. What is the most common mistake people make when selling their business?
- A. Setting the price too high
  - B. A lack of audited financial statement
  - C. Difficulty of verifying sales in a cash business
  - D. All of the above
10. It is not a good idea to disclose what inventory is obsolete.
- A. True
  - B. False

# ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

| Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры                   | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
|---------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                             | 2                                  | 3                                                                                                             | 4                                                                                                 |
| Стратегический маркетинг                                      | Кафедра международного менеджмента | Стратегии маркетинга                                                                                          | Протокол № 11 «28» мая 2020 г.                                                                    |

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ**  
на 202\_/202\_ учебный год

| №№<br>пп | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
|          |                        |           |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
международного менеджмента (протокол № 11 от \_28.05.2020 г.)  
(название кафедры)

Заведующий кафедрой  
Д.Э.Н., профессор  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Е.М. Карпенко  
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
К.Ф.-М.Н., доцент  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.А. Королева  
(И.О.Фамилия)

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-25 80 01 – 2019 и учебного плана УВО № 25и-103/уч. ОТ 11.04.2019

**СОСТАВИТЕЛИ:**

**Т.Ю. Гораева** доцент кафедры инновационного менеджмента Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент

**РЕЦЕНЗЕНТ:**

**И.В. Мальгина** доцент кафедры государственной экономической политики Института государственной службы Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Кафедрой международного менеджмента БГУ  
(протокол №11 от 28.05.2020 г.)

Научно-методическим Советом БГУ  
(протокол №5 от 17.06.2020г.)

Зав. кафедрой  
международного менеджмента



Е.М. Карпенко