

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра Экономики и цифровых бизнес-технологий**

**ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
по проведению практических (семинарских) занятий  
по дисциплине**

<b>Направление</b>	<b>58.03.01 Востоковедение и африканистика</b>
<b>Профиль:</b>	<b>Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока</b>
<b>Квалификация</b>	<b>Бакалавр</b>
<b>Составитель методических указаний:</b>	<b>Бацюн Н.В. ст. преподаватель кафедры экономики и цифровых бизнес-технологий ФГБОУ ВО «ИРНИТУ»</b>

Иркутск 2026 г.

Бацюн Н.В. Основы международного бизнеса: методические указания по проведению практических (семинарских) занятий для студентов по направлению 58.03.01 Востоковедение и африканистика, профиль Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока, 2026 - 19с.

## Оглавление

1. Организация практических занятий	4
2. Перечень практических занятий	5
3. Содержание практических занятий	6
4. Рекомендуемая учебная литература	17

## 1. Организация практических занятий

**Целью практических занятий** является закрепление теоретических знаний, полученных на лекциях, и формирование следующих практических навыков:

- анализ глобализации и интернационализации в конкретных отраслях;
- применение теорий международного бизнеса для объяснения поведения российских и зарубежных компаний;
- количественная оценка степени транснационализации компаний;
- моделирование принятия решений о выходе на внешние рынки;
- выявление и оценка политических, правовых и социокультурных рисков;
- адаптация комплекса маркетинга (4P) для зарубежных рынков;
- расчёт экспортных цен и понимание механизмов антидемпингового регулирования;
- сравнительный анализ форм выхода на внешние рынки;
- разработка планов продвижения и конкурентных стратегий; работа с открытыми источниками для оценки ёмкости зарубежных рынков.

Каждый студент на практическом занятии должен изучать рекомендуемые нормативные и монографические работы, заниматься подготовкой докладов и сообщений. При выполнении заданий на практических занятиях следует обратить внимание на требования к оформлению результатов.

Желательно при подготовке ответа не ограничиваться материалом одного учебника, а использовать научные статьи из журналов, сборников статей, монографии. Самостоятельный выбор источников информации так же способствует усвоению материала и расширяет кругозор обучающегося.

Задания для практических занятий предусматривают устный опрос и дискуссии.

В ходе проведения практических (семинарских) каждый студент должен: выполнить предложенные задания, ответить на контрольные вопросы по изучаемым темам.

Формы текущего контроля определяются преподавателем, например, устный фронтальный или индивидуальный опрос, выполнение тестовых заданий, решения кейсов и задач для проверки знаний, умений и навыков, сформированных по результатам освоения дисциплины.

### **Общие требования к подготовке:**

- перед каждым занятием и для выполнения расчётных заданий подготовьте калькулятор или Excel;
- для кейсов и деловых игр сформулируйте собственную аргументированную позицию;

- все письменные отчёты оформляйте в соответствии с требованиями преподавателя (титульный лист, цель, ход выполнения, выводы).

### Критерии оценки практической работы

Критерий	Максимальный балл	Пояснение
Полнота выполнения задания	2	Выполнены все пункты задания
Глубина анализа и аргументация	2	Логичные выводы, на теорию и факты
Качество расчётов (если есть)	2	Отсутствие ошибок, использование корректных формул
Самостоятельность и творческий подход	1	Собственные примеры, нестандартные решения
Самостоятельность и творческий подход	1	Собственные примеры, нестандартные решения
Оформление отчёта и защита	1	Чёткая структура, грамотная речь, ответы на вопросы

#### Шкала перевода в оценку:

8-9 баллов – «отлично»

6-7 баллов – «хорошо»

4-5 баллов – «удовлетворительно» менее 4 баллов – «неудовлетворительно» (работа требует доработки)

## 2. Перечень практических занятий

Перечень практических занятий представлен в таблице 1.

Таблица 1. –Перечень тем практических занятий

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
<b>Семестр №4</b>	
1.	Анализ процессов глобализации и интернационализации на

	примере отраслей (автомобилестроение, IT, фармацевтика...)
2.	Сравнительный анализ теорий международного бизнеса. Применимость к российским компаниям
3.	Расчёт индекса транснационализации (TNI) для заданных компаний. Составление матрицы выбора зарубежных филиалов
4.	Моделирование мотивации выхода на внешний рынок (деловая игра «Выбор страны для экспансии»)
5.	Анализ политических и социокультурных рисков при выходе на рынки стран БРИКС
№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
6.	Разработка предложений по адаптации маркетинг-микса для зарубежного рынка (на примере потребительских товаров)
7.	Решение ситуаций по международной товарной политике: стандартизация vs адаптация
8.	Расчёт экспортной цены. Обсуждение антидемпинговых процедур
9.	Сравнение форм выхода на внешний рынок: экспорт, СП, ПИИ, альянсы. Плюсы и минусы
10.	Разработка плана продвижения товара/услуги на конкретном зарубежном рынке (реклама, выставки, PR)
11.	Анализ конкурентных стратегий транснациональных корпораций в условиях цифровизации
12.	Поиск и обработка данных для оценки ёмкости зарубежного рынка. Бенчмаркинг

### 3. Содержание практических занятий

#### Тема 1. Анализ процессов глобализации и интернационализации на примере отраслей (автомобилестроение, IT, фармацевтика...)

**Цели занятия:** научиться выявлять драйверы, проявления и последствия глобализации в конкретных отраслях

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений.

#### Вопросы для обсуждения:

1. Какие отрасли, на ваш взгляд, являются наиболее глобализированными, а какие – наименее? Почему?

2. В чём разница между понятиями «глобализация» и «интернационализация»? Приведите примеры.
3. Какие факторы (технологические, экономические, политические) сегодня тормозят или, наоборот, ускоряют глобализацию?
4. Как пандемии и геополитические конфликты меняют глобальные цепочки создания стоимости?

### **Задание**

1. Выберите одну из предложенных отраслей (или другую по согласованию).
2. Найдите статистические данные за последние 3-5 лет: объём международной торговли, доля экспорта/импорта, концентрация производства, деятельность ТНК.
3. Выявите не менее 3-х признаков глобализации в отрасли (например, глобальные цепочки создания стоимости, стандартизация продуктов, международные альянсы).
4. Подготовьте краткий аналитический отчёт (2-3 стр.) или презентацию на 5-7 слайдов.

## **2. Сравнительный анализ теорий международного бизнеса.**

### **Применимость к российским компаниям**

**Цели занятия:** освоить ключевые теоретические подходы (теория абсолютных/сравнительных преимуществ, теория жизненного цикла продукта, эклектическая парадигма ОЛИ, модель «алмаз» Портера и др.) и научиться оценивать их объяснительную силу.

**Форма проведения занятий** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических заданий. **Вопросы для обсуждения:**

1. Какая из теорий (абсолютных преимуществ, жизненного цикла продукта, эклектическая парадигма ОЛИ и др.) лучше всего объясняет экспансию российских технологических компаний?
2. Можно ли объединить несколько теорий для анализа одной компании? Приведите пример.

3. Почему теория интернационализации Уппсальской школы (модель постепенного наращивания обязательств) не всегда работает для цифровых сервисов?

**Задание:**

1. Составьте таблицу: название теории, основные авторы, ключевая идея, один пример компании, соответствующей этой теории.

2. Выберите 2-3 российские компании, выходящие на внешние рынки (например, «Лукойл», «Камаз», «Яндекс», «Тинькофф», «Северсталь», Госкорпорация «Росатом» ...).

2. Определите, какая из теорий лучше всего объясняет их интернационализацию, и аргументируйте.

• Рекомендации: обращайте внимание на специфику российского бизнеса – роль государства, сырьевая направленность, санкционное давление. В выводах укажите, какие теории требуют адаптации. • Форма отчёта: эссе или таблица с комментариями.

**3. Расчёт индекса транснационализации (TNI) для заданных компаний.**

**Составление матрицы выбора зарубежных филиалов**

**Цель:** получить навык количественной оценки степени транснационализации компании и научиться выбирать локации для зарубежных филиалов.

**Форма проведения занятий** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических заданий **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие ограничения имеет индекс транснационализации? Что он не учитывает?
2. В матрице выбора филиалов какой критерий вы считаете самым важным и почему?
3. Почему многие компании из развивающихся стран предпочитают сначала выходить в другие развивающиеся страны, а не в развитые? **Задание**

1. Для 3-4 компаний (например, по выбору преподавателя: Toyota, Nestlé, «Газпром», Huawei...) найдите данные из годовых отчётов: зарубежные активы, продажи, численность персонала (или используйте готовые рейтинги UNCTAD).

2. Рассчитайте TNI по формуле:

$$TNI = \frac{\text{зарубежные активы} + \text{зарубежные продажи}}{\text{суммарные активы} + \text{суммарные продажи} + \text{зарубежный персонал} / \text{общий персонал}} \times 100\%$$

3. Сравните результаты, объясните различия.
4. Составьте матрицу выбора зарубежных филиалов – для гипотетической компании, планирующей открытие 3-х филиалов в разных регионах, используя критерии: рыночный потенциал, инвестиционный климат, затраты на логистику, культурная дистанция. Каждому критерию присвойте вес.

Рекомендации: Источники данных – официальные сайты компаний (раздел «Инвесторам»), база данных fDi Markets, отчёты Всемирного банка (Doing Business).

Результат: таблица с расчётами TNI и заполненная матрица с обоснованием выбора.

#### **4 Моделирование мотивации выхода на внешний рынок (деловая игра «Выбор страны для экспансии»)**

**Цели занятия:** развить навыки группового принятия решений на основе анализа мотивов (проактивных и реактивных) и факторов привлекательности стран. **Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений. **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие мотивы (проактивные / реактивные) преобладают при выходе российских компаний на рынки Азии/?
2. Что важнее при выборе страны: размер рынка или скорость его роста? Аргументируйте.
3. Может ли политическая нестабильность быть плюсом для некоторых видов бизнеса?

#### **Деловая игра «Выбор страны для экспансии»**

**Формат:** деловая игра в группах по 4-5 человек. Каждая группа получает профиль компании (размер, отрасль, ресурсы) и набор потенциальных стран Азии/Африки.

#### **Задание:**

1. Определите ключевые мотивы интернационализации для вашей компании (доступ к ресурсам, рынкам, эффективность, стратегические активы и т.д.).
2. Проведите скоринг стран по 5-6 критериям (ёмкость рынка, политическая стабильность, инфраструктура, стоимость рабочей силы, барьеры входа).
3. Выберите целевую страну и подготовьте 3-минутную защиту решения перед группой.

**Рекомендации:** аргументируйте отказ от других стран. Учитывайте не только экономические, но и геополитические риски. После игры – обсуждение ошибок и лучших решений.

## **5 Анализ политических и социокультурных рисков при выходе на рынки стран БРИКС и стран партнеров БРИКС**

**Цель:** научиться идентифицировать и оценивать некоммерческие риски международного бизнеса.

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какой из рисков (политический или социокультурный) сложнее предсказать и почему?
2. В какой стране БРИКС риски для иностранного инвестора в 2026 году самые высокие?
3. Какие методы хеджирования политических рисков наиболее эффективны?

### **Задание**

1. Выберите одну из стран БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР), не совпадающую с вашей страной базирования.
2. Составьте перечень политических рисков (экспроприация, смена режима, санкции, коррупция, регуляторные изменения) и социокультурных рисков (языковые различия, отношение к иностранцам, религиозные факторы, деловые обычаи).
3. Для каждого риска предложите меры по его минимизации (страхование, партнёрство с местной компанией, адаптация продукта и т.д.).

- **Форма отчёта:** матрица «риск – вероятность – влияние – меры снижения». Итоговое заключение о привлекательности рынка с учётом рисков. Выступление по итогам выполнения.

- **Рекомендации:** используйте индексы (Index of Economic Freedom, Corruption Perceptions Index, Worldwide Governance Indicators), а также отчёты Control Risks, Aon.

## **6. Разработка предложений по адаптации маркетинг-микса для зарубежного рынка (на примере потребительских товаров)**

**Цели занятия:** применить концепцию 4P (продукт, цена, место, продвижение) для адаптации товара при выходе на международный рынок.

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа. **Вопросы для обсуждения:**

1. В каком случае стратегия полной адаптации оправдывает дополнительные затраты?
2. Может ли «переадаптация» продукта навредить бренду? Приведите примеры.
3. Как цифровизация меняет подходы к адаптации дистрибуции на внешних рынках?

### **Задание:**

1. Возьмите конкретный потребительский товар (например, молочный продукт, косметику, бытовую технику). Исходный рынок – Россия. Целевой рынок – одна из стран Азии/Африки.
2. Разработайте предложения по каждому элементу маркетинг-микса:  
✓  
Продукт: какие изменения в рецептуре, дизайне, упаковке?
  - Цена: ценовое позиционирование (премиум, средний, низкий) с учётом доходов и конкурентов.
  - Место (дистрибуция): выбор каналов (розница, интернет, дистрибьюторы).
  - Продвижение: какие медиа, послания, акции будут эффективны.
3. Обоснуйте, почему вы предлагаете именно такие адаптации (ссылки на культурные особенности, законодательство, предпочтения). Выступление по итогам выполнения.

**Рекомендации:** избегайте простой стандартизации. Можно использовать модель «адаптация vs стандартизация». В приложении – пример рекламного макета или упаковки (не обязательно графически, можно описать).

## **7. Решение ситуаций по международной товарной политике: стандартизация vs адаптация**

**Цели занятия:** выработать умение принимать решения о степени унификации товара для разных рынков.

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Приведите примеры удачной и неудачной глобальной стандартизации продукта.
2. Какие категории товаров почти не требуют адаптации? Какие, наоборот, требуют глубокой локализации?
3. Роль культурных табу и религиозных норм в товарной политике.

#### **Задание**

Анализ мини-кейсов (2-3 конкретные ситуации). Работа в группах 2-5 чел..  
Устная защита.

Например,

Кейс 1: Производитель детского питания выходит на рынок Азии/Африки. Какие адаптации обязательны?

Кейс 2: Производитель шведских столов (ИКЕА) в Китае – менять ли ассортимент и размеры мебели?

Важно: по каждому кейсу определить, будет ли компания использовать стратегию стандартизации, адаптации или их комбинацию. Обосновать решение с точки зрения затрат, восприятия потребителями, правовых норм.

Рекомендации: учитывайте концепцию «глобальной локализации» (glocalization). В ответе приведите аргументы «за» и «против» каждого варианта.

### **8. Расчёт экспортной цены. Обсуждение антидемпинговых процедур**

**Цели занятия:** приобрести навыки ценообразования во внешнеэкономической деятельности и понимания антидемпингового регулирования.

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Почему демпинг считается недобросовестной конкуренцией, даже если он выгоден потребителям?
2. Какие легальные способы существуют для установления низких экспортных цен без риска антидемпинговых пошлин?

Как малому экспортёру защитить себя от антидемпингового расследования?

### **Задание**

Рассчитайте экспортную цену товара (данные о себестоимости, экспортных пошлинах, транспортных расходах, страховке, наценке экспортёра даны преподавателем или взяты из открытых источников).

1. Используйте формулы:

EXW → FOB → CFR → CIF. Последовательно добавляйте расходы.

2. Допустим, что цена на целевом рынке оказалась ниже «нормальной стоимости» (на внутреннем рынке страны-экспортёра). Объясните механизм антидемпингового расследования: кто инициирует, какие доказательства нужны, какие последствия (антидемпинговые пошлины).

3. Обсудите в группе: как компании могут законно избежать обвинений в демпинге?

Форма отчёта: таблица расчёта цены и письменные ответы на вопросы по антидемпингу.

## **9. Сравнение форм выхода на внешний рынок: экспорт, СП, ПИИ, альянсы. Плюсы и минусы**

**Цели занятия:** научиться выбирать оптимальную форму интернационализации в зависимости от целей и ресурсов компании

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа, индивидуальная работа.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. В каких случаях экспорт предпочтительнее прямых инвестиций, даже при высоких пошлинах?
2. Почему совместные предприятия часто распадаются через 3-5 лет?

3. Какие новые формы интернационализации появились в цифровую эпоху (например, цифровые платформы, облачный экспорт)?

### **Задание**

1. Заполните сравнительную таблицу по 4 формам минимум по 5 критериям: требуемые инвестиции, степень контроля, скорость выхода, риск, передача технологий, гибкость.

2. На основе конкретной ситуации (дана преподавателем: например, малая инновационная фирма хочет выйти на рынок стран Индии; крупный производитель стали – на рынок Китая) предложите наиболее подходящую форму и аргументируйте.

Рекомендации: помните о промежуточных формах (лицензирование, франчайзинг, контрактное производство). Обратите внимание на растущую роль стратегических альянсов в высокотехнологичных отраслях. Устная защита.

## **10. Разработка плана продвижения товара/услуги на конкретном зарубежном рынке (реклама, выставки, PR)**

**Цели занятия:** составить интегрированный маркетинговый коммуникационный план для вывода продукта на зарубежный рынок.

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа, индивидуальная работа.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Стоит ли использовать одинаковые рекламные сообщения во всех странах? Приведите аргументы за и против.

2. Как оценить эффективность участия в международной выставке?

3. Влияет ли культурная дистанция на выбор PR-инструментов?

### **Задание**

1. Выберите продукт (товар или услугу) и зарубежный рынок (можно продолжить работу №6).

2. Определите бюджетные ограничения (например, 500 тыс. долл.).

3. Разработайте план продвижения на 1 год, включив:

- рекламные каналы (цифровые, ТВ, наружная реклама) с обоснованием;
  - участие в профильных выставках (названия, сроки, цели);
- PR-мероприятия (пресс-релизы, работа с инфлюенсерами, спецпроекты);
- стимулирование сбыта (промо-акции, скидки для первых покупателей).  
Оцените эффективность (охват, количество контактов, планируемый прирост продаж).

**Форма отчёта:** план в виде таблицы (месяц / инструмент / бюджет / KPI) + пояснительная записка.

## 11. Анализ конкурентных стратегий транснациональных корпораций в условиях цифровизации

**Цели занятия:** выявить особенности конкуренции ТНК в цифровую эпоху (платформы, экосистемы, big data, AI).

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа, индивидуальная работа. Подготовить доклад

### Вопросы для обсуждения:

1. Как Big Data и AI изменили конкурентные преимущества традиционных ТНК (например, в розничной торговле или логистике)?

2. Что такое «экосистемная конкуренция»? Приведите примеры глобальных цифровых экосистем.

3. Могут ли компании из развивающихся стран использовать цифровизацию для обгона старых ТНК?

### Задание

1. Выберите две ТНК из разных отраслей (например, Amazon и Maersk; Alibaba и P&G; Tesla и Siemens; • Toyota Motor Corporation и Samsung Electronics; • Sasol Limited (ЮАР) и MTN Group Ltd. (ЮАР)....)

2. Проанализируйте их конкурентные стратегии по Портеру (лидерство по издержкам, дифференциация,

фокусирование) или по моделям «голубого океана»/цифровых платформ.

3. Опишите, как цифровизация повлияла на их глобальные цепочки создания стоимости, взаимодействие с клиентами, управление данными.

4. Сравните эффективность двух компаний в адаптации к цифровой среде

Рекомендации: используйте отраслевые отчёты (например, о цифровой трансформации логистики или ритейла). Сделайте вывод о новых источниках конкурентных преимуществ.

## **12. Поиск и обработка данных для оценки ёмкости зарубежного рынка. Бенчмаркинг**

**Цели занятия:** освоить методы вторичного маркетингового исследования для оценки потенциального объёма рынка и сравнения с конкурентами.

**Форма проведения занятий:** групповое занятие в аудитории, предусматривающее фронтальный опрос и/или обсуждение предложенных вопросов, выполнение практических упражнений, командная работа, индивидуальная работа.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие ошибки чаще всего допускают при оценке ёмкости зарубежного рынка?
2. Чем полезен бенчмаркинг для принятия решения о выходе на рынок?
3. Какую роль играют качественные методы (интервью с экспертами) при оценке рынка, если официальная статистика ненадёжна?

### **Задание**

1. Выберите зарубежный рынок (страна + товарная категория).
2. Найдите и выпишите источники данных: статистические агентства, отраслевые ассоциации, таможенная статистика, базы данных (Statista, Euromonitor, Росстат, Eurostat, WTO, UN Comtrade).

3. Рассчитайте **ёмкость рынка** (общий потенциальный объём продаж за год в натуральном или денежном выражении) по формуле: Ёмкость = объём внутреннего производства + импорт – экспорт + изменение запасов.

4. Проведите **бенчмаркинг** – выберите 2-3 конкурента, работающих на этом рынке, и сравните по ключевым параметрам (доля рынка, цена, каналы, узнаваемость бренда). Данные возьмите из открытых отчётов, обзоров.

Результат: аннотированный список источников, расчёт ёмкости, таблица бенчмаркинга, выводы о привлекательности рынка.

### **Рекомендации по подготовке к защите практических работ**

Для каждой работы готовьте краткий конспект с ответами на поставленные вопросы – это поможет при устном собеседовании.

Если работа выполняется в группе, распределите роли (аналитик, спикер, оформитель, критик).

Для расчётных заданий обязательно показывайте формулы и промежуточные вычисления.

В выводах связывайте результаты с теорией (упоминайте имена учёных, модели).

Используйте актуальные данные (не старше 3 лет). Если данные устарели, обоснуйте, почему вы их используете

### **Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов**

#### Требование к подготовке и презентации доклада

1. Доклад — это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно- методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

7. Студент в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

9. Докладом также может стать презентация реферата студента, соответствующая теме занятия.

10. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

*Докладчики и содокладчики* - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия:

- сообщать новую информацию
- использовать технические средства
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)
- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- четко выполнять установленный регламент: докладчик - 10 мин.; содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин
- иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

В конце практического занятия дискуссия по итогам проработки темы

## **4. Рекомендуемая учебная литература**

### **4.1. Основная учебная литература**

1. Стратегический менеджмент в современном международном бизнесе : учебное пособие / И. А. Мисинева, В. В. Иванова, Е. В. Сумина [и др.]. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2025. — 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/513700>

2. Батурина, Л. И. Спецкурс «Международные Бизнес Коммуникации» (International Business Communications) : учебное пособие / Л. И. Батурина. — Москва : РТУ МИРЭА, [б. г.]. — Часть 2 — 2025. — 83 с. — ISBN 978-5-7339-2901-

9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: [https://e.lanbook.com/book/516325\\_10](https://e.lanbook.com/book/516325_10)

3. Лылов, А. И. Международный бизнес : учебно-методическое пособие / А. И. Лылов. — Воронеж : ВГУ, 2018. — 137 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171166>

4. Дерен Василий Иосифович, Дерен Андрей Васильевич. Экономика и международный бизнес. учебник и практикум для вузов. 3-е издание, исправленное и дополненное [Электронный ресурс]. - М. : Юрайт, 2021. 326 с. ISBN 978-5-53414389-8 URL: <http://84.237.19.2:8081/opac/index.aspx?explicit=%22I=%D0%A3%D1%8F73%2F%D0%94+36-354750529%22>

#### 4.2 Дополнительная учебная литература

1. Бацюн Н. В. Международный бизнес 7 семестр: электронный курс / Н. В. Бацюн, 2025

2. Рощупкин, В. Г. Основы международно-политического анализа: учебное пособие / В. Г. Рощупкин. — Самара: Самарский университет, 2023. — 146 с. — ISBN 978-5-7883-1936 0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/406445>

3. Мировая экономика и международный бизнес: учебник для вузов / В. В. Поляков [и др.]; под ред. В. В. Полякова, Р. К. Щенина, 2008. - 681.

4. Дэниелс Джон Д. Международный бизнес: Внешняя среда и деловые операции: пер. с англ. / Джон Д. Дэниелс, Ли Х Радеба; общ. ред. и вступ. ст. Л. И. Евенко, 1998. - XXXVI, 746. 5. Михалкин В. А. Международный бизнес: учебное пособие / В. А. Михалкин, 2019. - 317.