

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

Структурное подразделение «Экономики и цифровых бизнес-технологий (123)»

**УТВЕРЖДЕНА:**  
на заседании кафедры  
Протокол №8 от 12 мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины  
«ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА»**

---

Направление: 58.03.01 Востоковедение и африканистика (для лицензирования)

---

Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока (для лицензирования)

---

Квалификация: Бакалавр

---

Форма обучения: очная

---

Документ подписан простой электронной подписью Составитель программы: Бацун Наталья Владимировна Дата подписания: 27.05.2026
--

Документ подписан простой электронной подписью Утвердил: Нечаев Андрей Сергеевич Дата подписания: 03.06.2026
--

Документ подписан простой электронной подписью Согласовал: Чайка Юлия Борисовна Дата подписания: 31.05.2026
---

Год набора –

Иркутск, 2026 г.

# 1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

## 1.1 Дисциплина «Основы международного бизнеса» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК-6 Способность собирать и обрабатывать материал по основным группам востоковедных исследований и использовать полученные результаты в практической работе	ОПК-6.2

## 1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК-6.2	Собирает и использует материал по востоковедным и экономическим исследованиям для разработки краткой бизнес-рекомендации по выходу на рынки Азии/Африки.	<b>Знать</b> материалы востоковедных и экономических исследований (рынки Азии/Африки, барьеры входа, конкуренты); принципы международного бизнеса (стратегии экспансии, PEST-анализ). <b>Уметь</b> собирать и использовать материалы исследований для разработки бизнес-рекомендаций <b>Владеть</b> навыками формирования кратких бизнес-рекомендаций по выходу на рынки Азии/Африки с использованием востоковедных материалов.

## 2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Основы международного бизнеса» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Основы экономики и финансовая грамотность», «Критическое и системное мышление», «Международная интеграция и глобализация», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Геополитика»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Проектная деятельность», «Внешнеэкономические связи стран Востока и Африки», «Оценка внешнеэкономических рисков»

## 3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	48	48
лекции	16	16

лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	32	32
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	60	60
Трудоемкость промежуточной аттестации	0	0
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет	Зачет

#### 4 Структура и содержание дисциплины

##### 4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

##### Семестр № 4

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Введение в международный бизнес. Глобализация и интернационализация	1	1			1	2	1, 3	4	Устный опрос
2	Теоретические основы международного бизнеса (эволюция теорий)	2	2			2	2	1, 3	4	
3	Международные компании: классификация, роль и показатели транснационализации	3	1			3	2	1, 3, 4, 5	8	
4	Мотивация и модели интернационализации бизнеса	4	1			4	4	1, 3	4	
5	Международная среда бизнеса: экономический, политико-правовой и социокультурный аспекты	5	2			5	4	1, 3	4	Устный опрос
6	Международный маркетинг: маркетинг-микс и его адаптация на внешних рынках	6	1			6	2	1, 3	4	
7	Товарная политика в международном бизнесе.	7	1			7	2	3	2	

	Упаковка, маркировка, торговые марки									
8	Ценообразование на внешних рынках. Государственное регулирование цен	8	1			8	2	3, 4, 5	6	
9	Формы выхода на внешний рынок: экспорт, совместное предпринимательство, прямые инвестиции, стратегические альянсы	9	2			9	4	3	2	
10	Продвижение товаров и услуг на международном уровне. Реклама, выставки, PR	10	1			10	2	1, 3	4	
11	Международные стратегии развития бизнеса (конкурентные стратегии, глобальные ниши)	11	1			11	4	1, 3	4	
12	Бизнес исследования: источники информации, анализ рынка и конкурентов	12	2			12	2	2, 3, 4, 5	14	
	Промежуточная аттестация									Зачет
	Всего		16				32		60	

## 4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

### Семестр № 4

№	Тема	Краткое содержание
1	Введение в международный бизнес. Глобализация и интернационализация	Понятие и сущность международного бизнеса. Глобализация как новый этап в хозяйственно технологическом и информационно культурном сближении стран. Формирование мировых рынков капитала, рабочей силы и единого научно информационного пространства. Рынки Азии/Африки Либерализация международного движения товаров, капитала и рабочей силы. Факторы участия России в процессах глобализации
2	Теоретические основы международного	Теоретические основы международного бизнеса (эволюция теорий)

	бизнеса (эволюция теорий)	Классические теории международной торговли (А. Смит, Д. Рикардо, Хекшер Олин). Современные теории: теория жизненного цикла продукта (Р. Вернон), теория интернализации, эклектическая парадигма Дж. Даннинга. Роль теоретических подходов в объяснении поведения международных фирм.
3	Международные компании: классификация, роль и показатели транснационализации	Понятие международной компании (корпорации), классификация (МНК, ТНК, глобальные компании). Индексы транснационализации (ТНИ). Примеры крупнейших ТНК в мировой экономике. Особенности управления зарубежными филиалами: трансфертное ценообразование, координация и контроль.
4	Мотивация и модели интернационализации бизнеса	Макро и микроэкономические факторы выхода на внешние рынки (издержки, технологическое развитие, географическое положение, конкурентные преимущества). Модель Уппсальского этапа (стадийная модель интернационализации). Модели «рождённых глобальных» компаний (born global).
5	Международная среда бизнеса: экономический, политико-правовой и социокультурный аспекты	Экономическая среда: уровень развития страны, ёмкость рынка, инфраструктура. Политико правовая среда: политический риск, законодательство, регулирование ВЭД. Экономические сообщества. Социокультурная среда: ценности, нормы, язык, религия, особенности делового этикета. Культурные, религиозные, историко-политические факторы, влияющие на деловую среду ключевых стран Азии и Африки. PESTLE-анализ
6	Международный маркетинг: маркетинг-микс и его адаптация на внешних рынках	Концепция «4P» (product, price, place, promotion) и её модификация в международном контексте. Проблема стандартизации vs адаптации маркетинговой программы. Переход от модели «4P» к модели «3R» (recruitment, rotation, recovery) в сфере сбыта средств производства. Источники данных по экономическим исследованиям рынков Азии/Африки
7	Товарная политика в международном бизнесе. Упаковка, маркировка, торговые марки	Классификация товаров на мировом рынке. Глобальные товары и нишевые продукты. Дилемма стандартизации и адаптации товара. Влияние культурных особенностей на упаковку и дизайн. Международная защита интеллектуальной собственности: Мадридское соглашение, Договор о регистрации товарных знаков

8	Ценообразование на внешних рынках. Государственное регулирование цен	Особенности формирования экспортной цены: издержки, конкуренты, рыночный спрос. Стратегии ценообразования: «снятие сливок», цены проникновения, умеренная норма прибыли. Демпинг и антидемпинговые меры. Роль государства в регулировании внешнеторговых цен
9	Формы выхода на внешний рынок: экспорт, совместное предпринимательство, прямые инвестиции, стратегические альянсы	Косвенный и прямой экспорт. Типы посредников в международной дистрибуции. Совместные предприятия, стратегические альянсы Прямые иностранные инвестиции (ПИИ). Специализированные формы: лизинг, аутсорсинг, инжиниринг, контрактное производство, управленческий контракт. Специфика выхода на рынки Азии/Африки
10	Продвижение товаров и услуг на международном уровне. Реклама, выставки, PR	Адаптация рекламных сообщений с учётом национальных особенностей, языка, символов и цветовосприятия. Международные выставки и ярмарки как канал продвижения. Соотношение ATL и BTL технологий в международных маркетинговых коммуникациях. Роль связей с общественностью (PR).
11	Международные стратегии развития бизнеса (конкурентные стратегии, глобальные ниши)	Классификация маркетинговых стратегий: географическая и товарно рыночная детерминированность. Измерения континуума стратегий: внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные. Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, кооперационные, инновационные, имитационные. Глобальные сегменты и ниши.
12	Бизнес исследования: источники информации, анализ рынка и конкурентов	Вторичная информация: периодика, специальные справочники (отраслевые, страновые), международные агентства, правительственные источники, консалтинговые компании. Источники данных по экономическим исследованиям рынков Азии/Африки Первичная информация: кабинетные и полевые исследования. Структура маркетингового исследования: анализ спроса, предложения, деятельности конкурентов, оценка ёмкости и перспектив целевого рынка

### 4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

### 4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 4

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

#### 4.5 Самостоятельная работа

##### Семестр № 4

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	16
2	Подготовка к зачёту	8
3	Подготовка к практическим занятиям	24
4	Проработка разделов теоретического материала	6
5	Расчетно-графические и аналогичные работы	6

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссия, творческое задание, деловая игра

## **5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины**

### **5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

#### **5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям**

Методические указания по практическим занятиям для обучающихся по направлению 58.03.01 «Востоковедение и африканистика» по дисциплине «Основы международного бизнеса» [Электронный ресурс] / Изд-во ИРНИТУ, 2026

#### **5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:**

Методические указания по самостоятельным работам для обучающихся по направлению 58.03.01 «Востоковедение и африканистика» по дисциплине «Основы международного бизнеса» [Электронный ресурс] / Изд-во ИРНИТУ, 2026

## **6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

### **6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля**

#### **6.1.1 семестр 4 | Устный опрос**

##### **Описание процедуры.**

студенты получают по одному вопросу на заданную тему, готовятся к ответу в течении 15 минут

Тема 1 Введение в международный бизнес. Глобализация и интернационализация

Примерные вопросы для опроса:

1. Понятие и сущность международного бизнеса.
2. Глобализация как новый этап в хозяйственно технологическом и информационно культурном сближении стран.
3. Формирование мировых рынков капитала, рабочей силы и единого научно информационного пространства.
4. Либерализация международного движения товаров, капитала и рабочей силы.
5. Факторы участия России в процессах глобализации

Тема 5 Международная среда бизнеса: экономический, политико-правовой и социокультурный аспект

примерные вопросы для опроса:

1. Экономическая среда: уровень развития страны, ёмкость рынка, инфраструктура.
2. Политико-правовая среда: политический риск, законодательство, регулирование ВЭД.
3. Социокультурная среда: ценности, нормы, язык, религия, особенности делового этикета

##### **Критерии оценивания.**

Оценка «зачтено» ставится, если студент раскрыл вопрос в полном объеме, логично и последовательно, привел примеры (если есть такая возможность).

Оценка «не зачтено» ставится в случае, если студент не смог раскрыть поставленный вопрос

### **6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

### 6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ОПК-6.2	Собирает и использует материалы востоковедных и экономических исследований для разработки краткой бизнес-рекомендации по выходу на рынки Азии/Африки.	Устный опрос или тестирование

### 6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

#### 6.2.2.1 Семестр 4, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине

##### 6.2.2.1.1 Описание процедуры

Проведение зачета осуществляется в рамках экзаменационной сессии. Зачет проходит в форме устного опроса или тестирования.

Студенту необходимо изучить материалы лекций и дополнительной литературы по пройденному материалу.

##### Пример задания:

Примерные контрольные вопросы:

1. Современные направления развития международного бизнеса.
2. Влияние внешней среды на параметры международного бизнеса на рынках Азии/Африки.
- 3.. Основные цели, задачи и функции международного маркетинга.
4. Содержание основных стратегий внешнеэкономической деятельности на рынках
5. Характеристика каналов распределения на мировых рынках.
6. Особенности коммуникативной политики на международных рынках Азии/Африки.
7. Корпоративная культура международных компаний
8. Какова роль международного бизнеса в современной мировой культуре
9. Каковы особенности организации международной предпринимательской деятельности на рынках Азии/Африки?
10. Особенности формирования центров деловой активности в мировом хозяйстве.

Примеры тестов

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?
- маркетинговые исследования;
  - производство продукции, основанное на знании нужд потребителей;
  - стратегическое планирование;
  - выбор технологий производства.
3. Большое количество предприятий, ведущих внешнюю торговлю, со временем основывают за рубежом собственные производственные филиалы для изготовления товаров -это стратегия:
- прямого инвестирования;
  - общего владения;
  - экспорта;
  - совместной предпринимательской деятельности
4. Углубление степени насыщения товарами и услугами, которые предлагаются для всех групп потребителей, выбор максимальной глубины рыночного спроса
- стратегия диверсификация;
  - стратегия сегментации;
  - стратегия интернационализации;
  - стратегия дифференциации.
5. Основу господства международных корпораций на мировом рынке составляют:
- прямые инвестиции
  - портфельные инвестиции
  - поддержка государства
  - партнерские связи

#### 6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Зачтено	Не зачтено
<p>устный опрос: выставляется, если обучающийся правильно раскрывает понятия, применяет профессиональную терминологию, конкретные умения по дисциплине</p> <p>тестирование: Обучающийся при тестировании набрал более 70 % правильных ответов</p>	<p>устный опрос: если обучающийся неправильно раскрывает основные понятия, применяет профессиональную терминологию, конкретные умения по дисциплине</p> <p>тестирование: Обучающийся при тестировании набрал менее 70 % правильных ответов</p>

#### 7 Основная учебная литература

- 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. URL: <https://e.lanbook.com/book/513700>
- 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. URL: <https://e.lanbook.com/book/516325>
- Лылов, А. И. Международный бизнес : учебно-методическое пособие / А. И. Лылов. — Воронеж : ВГУ, 2018. — 137 с. 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 978-5-534-14389-8 URL: <http://84.237.19.2:8081/opac/index.aspx?explicit=%22I=%D0%A3%D1%8F73%2F%D0%94+36-354750529%22>

## **8 Дополнительная учебная литература и справочная**

1. Бацун Н. В. Международный бизнес 7 семестр : электронный курс / Н. В. Бацун, 2025 URL: <https://el.istu.edu/course/view.php?id=9300>

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. —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.

## **9 Ресурсы сети Интернет**

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

## **10 Профессиональные базы данных**

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

## **11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем**

1. Microsoft Office Professional Plus 2013
2. Microsoft Office Standard 2010\_RUS\_ поставка 2010 от ООО "Азон"
3. СПС "Консультант Плюс" \_поставка 2024-25
4. Антивирусная программа Drweb.
5. Adobe Photoshop CS5
6. CorelDRAW X5
7. 7 - Zip.

## **12 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - мультимедийный проектор, экран с электроприводом, акустическая система + ПК с выходом в Internet. Комплект мебели, доска, маркер или мел. Лицензионное программное обеспечение
2. Учебная аудитория для проведения лабораторных/практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - мультимедийный проектор, экран с электроприводом, акустическая система + ПК с выходом в Internet. Комплект мебели, доска, маркер или мел. Лицензионное программное обеспечение.
3. Помещение для самостоятельной работы.