**Приложение 7**

**к рабочей программе**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры маркетинга и международного менеджмента

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**по дисциплине**

**международное предпринимательство**

**Методические рекомендации по выполнению курсовой работы**

В курсовой работе обосновывается стратегия по выходу предприятия на зарубежный рынок и проводится оценка ее эффективности.

Возможные варианты тем:

1 Разработка бизнес-плана международного проекта.

2 Разработка стратегии выхода фирмы на зарубежные рынки.

3 Особенности ведения бизнеса и международного предпринимательства в зарубежном государстве.

Примеры названия курсовой работы:

"Разработка бизнес-плана создания риэлтерской компании во Франции с привлечением капитала российских инвесторов";

"Разработка стратегии выхода на рынок легкой промышленности Казахстана";

"Разработка бизнес-проекта по развитию экотуризма в Австрии";

"Разработка стратегии выхода российской организации на рынок недвижимости США";

"Разработка бизнес-плана по открытию компании на рынке замороженных полуфабрикатов Польши".

Разделы курсовой работы:

Глава 1 – Обосновывается бизнес-идея и выбор страны экспансии бизнеса:

1.1 Обоснование бизнес идеи (ее уникальности);

1.2 Анализ политико-правовых условий деятельности иностранной компании в выбранной стране

(в т.ч. организационно-правовые формы ведения бизнеса, характеристика налоговой системы и трудового законодательства (издержки на заработную плату);

1.3. Анализ ограничений на деятельность иностранных компаний и льгот, предоставляемых иностранным предпринимателям в данной стране.

Глава 2 – Исследование зарубежного рынка товара или услуги, на который выходит предприятие:

2.1 Анализ спроса и основные потребители;

2.2 Анализ предложения и основные производители;

2.3 Анализ цен и основных конкурентов;

Глава 3 – Оценка эффективности экспансии бизнеса в выбранную страну:

3.1 Оценка перспектив развития компании в стране, определение возможных стратегий,

3.2 Обоснование выбранной стратегии по выходу на внешний рынок;

3.3 Расчет эффективности реализации выбранной стратегии интернационализации компании

(PB – срок окупаемости инвестиций, DPB – дисконтированный срок окупаемости инвестиций, NPV – чистая приведенная стоимость, PI – индекс рентабельности инвестиций, IRR – внутренняя норма прибыли).

The main purpose of course work is to develop a strategy for the company's entry into the foreign market and to evaluate its effectiveness.

Possible options for topics:

1 Development of a business plan for an international project.

2 Development of a strategy for the company's entry into foreign markets.

3 Features of doing business and international entrepreneurship in a foreign country.

Examples of the course work titles:

"Development of a business plan for the creation of a real estate company in France with the involvement of capital from Russian investors";

"Development of a strategy for entering textile industry market of Kazakhstan";

"Development of a business project for the development of ecotourism in Austria";

"Development of a strategy for the entry of a Russian organization into the US real estate market";

"Development of a business plan for opening a company on the frozen semi-finished products market in Poland".

Sections of the course work:

Chapter 1 – Prove the business idea and the choice of the country for business expansion:

1.1 Explanation of a business idea (its uniqueness);

1.2 Analysis of the political and legal conditions of the activity of a foreign company in the selected country

(including organizational and legal forms of doing business, characteristics of the tax system and labor legislation (wage costs);

1.3. Analysis of restrictions on the activities of foreign companies and benefits provided to foreign entrepreneurs in this country.

Chapter 2 – Research of the foreign market of goods or services that the company enters:

2.1 Demand analysis and main consumers;

2.2 Supply analysis and main producers;

2.3 Analysis of prices and main competitors;

Chapter 3 – Evaluation of the business effectiveness

3.1 Identification of possible strategies;

3.2 Explanation of the chosen strategy for entering the foreign market;

3.3 Calculation of the effectiveness of the chosen internationalization strategy

(PB – payback period, DPB – discounted payback period, NPV – net present value, PI – return on investment index, IRR – internal rate of return).