

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по
образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 31 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки «Управление проектами»
Уровень высшего образования бакалавриат
Форма обучения заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/ зачет с оценкой)
5	5/180	4	6		170	Зачет с оценкой
Итого	5/180	4	6		170	Зачет с оценкой

Владимир
2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Международный менеджмент» является формирование у студентов умений на основе стратегического развития в глобализирующемся мире, проследить направленность трансформации субъектов мировой экономики и выход российских фирм и банковских структур на новые рубежи глобального взаимодействия, развитие международного предпринимательства и сотрудничества на основе теории и практики международного маркетинга и международного менеджмента.

Задачами дисциплины являются:

- формирование знаний об этапах эволюции теорий международного бизнеса;
- выработка системного подхода к анализу направлений развития современных концепций и теорий международного бизнеса;
- использование информации о состоянии современного международного бизнеса в той или иной сфере для принятия соответствующих управленческих решений в сфере внешнеэкономической деятельности и оценки их эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.Б30 «Международный менеджмент» относится к обязательным дисциплинам (Б30) блока (Б1) дисциплин. Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов с литературой. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются лекционные и практические занятия. Изучение дисциплины для студентов заочной формы обучения осуществляется в течение одного семестра. По дисциплине осуществляется текущий контроль и промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

3. ПЛАНИРУЕМЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесены с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
ОК - 4	частичный	Знать: основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка.
		Уметь: пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка. пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет».
ОК - 5	частичный	Владеть: навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на соответствующее направление подготовки / специальность. Владеть иностранным языком на уровне А2.
		Уметь: работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности

		<p>Владеть: приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности</p>
ОПК - 4	частичный	<p>Знать: основные виды презентаций; методы осуществления делового общения и проведения публичных выступлений; особенности приемов составления бизнес-презентаций; инструменты проведения деловых публичных выступлений; способы поддержки электронных коммуникаций; основы делового общения; основные правила деловой переписки и использования электронных коммуникаций.</p>
		<p>Уметь: составлять презентации бизнес-идей; проводить бизнес-презентации; использовать компьютерную технику для презентаций, ведения делового общения; оформлять и демонстрировать презентации; грамотно оформлять информацию в рамках заданной темы; соблюдать правила поведения во время проведения презентации; осуществлять деловое общение; осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные.</p>
		<p>Владеть: навыками составления презентаций; навыками работы с ПО для создания презентаций (MS Power Point); навыками проведения деловых публичных выступлений; навыками ведения деловой переписки и осуществления электронных коммуникаций; навыками делового общения; навыками осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций</p>
ПК - 2	частичный	<p>Знать: способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций; виды конфликтов; современные технологии управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде; основные способы разрешения конфликтных ситуаций; основы функционального менеджмента; современные технологии управления персоналом; различные способы разрешения конфликтных ситуаций; технологии управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде</p>
		<p>Уметь: разрешать конфликтные ситуации при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций с учетом современных технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде; разрешать конфликтные ситуации на основе современных технологий управления персоналом, применяя основы функционального менеджмента; различными способами разрешать конфликтные ситуации на основе технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде</p>
		<p>Владеть: навыками разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде; навыками разрешения конфликтных ситуаций на основе современных технологий управления персоналом, используя принципы функционального менеджмента; навыками разрешения конфликтных ситуаций на основе технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде</p>

ПК - 4	частичный	<p>Знать: функции и роль инфраструктуры современных финансовых рынков и институтов; понятия, сущность, функции и основные виды ЦБ; понятия, сущность, функции и основные виды производных финансовых инструментов; основные методы финансового менеджмента для принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, в т.ч., при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации; виды и функции бирж; органы управления и структуру биржи; основные методы финансового менеджмента; знать особенности принятия управленческих решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p> <p>Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать различные характеристики ЦБ и финансовых производных инструментов для принятия управленческих решений в рамках финансового менеджмента; выполнять аналитические расчеты, связанные с финансовыми инструментами; использовать основные методы финансового менеджмента для принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, в т.ч., при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации; оценивать перспективность ЦБ для инвестирования финансовых средств; оценивать риски, с которыми сопряжены биржевые сделки.</p> <p>Владеть: навыком системного представления о структуре, сущности, функциях и тенденциях развития российских и международных финансовых рынков; навыком сбора, обработки и анализа экономических данных, характеризующих состояние финансовых рынков для принятия управленческих решений в работе финансового менеджмента; навыком применения основных методов финансового менеджмента для принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, в т.ч., при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации; навыком анализа деятельности хозяйствующих субъектов на основе расчета финансовых показателей; навыком краткосрочного финансового планирования.</p>
ПК - 9	частичный	<p>Знать: закономерности функционирования организаций и органов государственного и муниципального управления в макроэкономической среде; основы поведения потребителей экономических благ и формирования спроса; знать экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.</p> <p>Уметь: анализировать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления анализировать и выявлять рыночные и специфические риски функционирования организаций; уметь анализировать поведение потребителей и формирование спроса на основе знаний поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.</p> <p>Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; владеть методикой анализа поведения потребителей экономических благ, экономических основ поведения организаций</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Общая характеристика глобализации международного бизнеса.	5	1-2	1	1		18	2 /50	
2	Роль международных компаний в процессе глобализации бизнеса.	5	3-4	1	1		19	2 /50	Рейтинг-контроль №1
3	Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация менеджмента	5	5-6	1	1		19	2 /50	
4	Международный маркетинг - микс и окружающая среда международного бизнеса.	5	7-8	1	1		19	2 /50	
5	Товары и товарная политика в системе международного бизнеса	5	9-10		2		19	2 /50	
6	Ценовая политика в международном бизнесе.	5	11-12				19		Рейтинг-контроль №2
7	Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.	5	13-14				19		
8	Продвижение товаров и услуг на внешний рынок.	5	15-16				19		
9	Международные стратегии развития бизнеса.	5	17-18				19		Рейтинг-контроль №3
Всего за 5 семестр		5		4	6		170	10/50	Зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР		-							
Итого по дисциплине		5		4	6		170	10/50	Зачет с оценкой

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1 Общая характеристика глобализации международного бизнеса.

Интернационализация и глобализация мировой экономики, характеризуется как результат и перспектива развития человеческой цивилизации. Либерализация в сферах международного движения товара, капитала и рабочей силы. Анализ факторов самоизоляции и факторы участия России в этих процессах. Характеристика типичных сценариев будущего международного сообщества под углом зрения функционирования МБ.

Тема 2 Роль международных компаний в процессе глобализации бизнеса.

Понятие международной компании (МК), их классификация. Показатели транснационализации фирм и национальных экономик. Участие России в процесс транснационализации мировой экономики.

Тема 3 Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация менеджмента

Концепции интернационализации бизнеса. Макро - и микроэкономические факторы мотивации выхода на внешний рынок. Модели интернационализации бизнеса, градиенты интернационализации фирмы.

Тема 4 Международный маркетинг - микс и окружающая среда международного бизнеса.

Маркетинг – микс (ММ) и его компоненты (товар, цена, позиционирование, продвижение). Понятие окружающей среды в международном бизнесе. Сложность анализа и необходимость выделения сечений: экономическое, политико-правовое и социокультурное. Обзор концептуальных подходов к анализу окружающей среды.

Тема 5 Товары и товарная политика в системе международного бизнеса

Глобальные товары и ниши. Товарная диффузия на мировом рынке. Упаковка и маркировка товаров в контексте окружающей среды. Международная конвенция по защите промышленной собственности. Стратегии международной торговли и факторы, влияющие на них.

Тема 6 Ценовая политика в международном бизнесе.

Особенности ценообразования на внешних рынках. Источники и способы определения цены предложения. Различные способы ориентации при установлении экспортной цены. Анализ структуры экспортной цены и возможности ее оптимизации. Демпинг в международной торговле. Государственное регулирование цен на внешнем рынке. Основные виды внешнеторговых цен

Тема 7 Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.

Каналы распределения (дистрибьюции) как одна из форм коммуникаций в международном предпринимательстве. Посредники во внешнеэкономических операциях. Основные функции предпринимательства. Межстрановые каналы распределения. Принципы выбора и основные характеристики каналов товародвижения. Косвенный и прямой экспорт. Прямые иностранные инвестиции. обмен.

Тема 8 Продвижение товаров и услуг на внешний рынок.

Особенности создания рекламных посланий и выработки слоганов; роль языка, а также знания местных бытовых и литературных традиций, систем символов, звуков и жестов, отличительных черт цветового восприятия. Профилирующие средства продвижения: персональные продажи, международные выставки и ярмарки, «паблик рилейшнз». Особенности рекламного рынка в России

Тема 9 Международные стратегии развития бизнеса.

Измерения континуума маркетинговых стратегий: внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные. Анализ сравнительных стратегических возможностей важнейших типов конкурентов: локальных, многонациональных и глобальных компаний. Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, кооперационные, инновационные, имитационные. Глобальные сегменты и глобальные ниши в современной экономике

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1 Общая характеристика глобализации международного бизнеса.

1. Анализ факторов самоизоляции и факторы участия России в этих процессах.
2. Характеристика типичных сценариев будущего международного сообщества под углом зрения функционирования МБ.

Тема 2 Роль международных компаний в процессе глобализации бизнеса.

1. Показатели транснационализации фирм
2. Показатели национальных экономик.

Тема 3 Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация менеджмента

1. Макро - и микроэкономические факторы мотивации выхода на внешний рынок.
2. Модели интернационализации бизнеса, градиенты интернационализации фирмы.

Тема 4 Международный маркетинг - микс и окружающая среда международного бизнеса.

1. Маркетинг – микс (ММ) и его компоненты (товар, цена, позиционирование, продвижение).
2. Понятие окружающей среды в международном бизнесе.

Тема 5 Товары и товарная политика в системе международного бизнеса

- 1.. Упаковка и маркировка товаров в контексте окружающей среды.
2. Стратегии международной торговли и факторы, влияющие на них.

Тема 6 Ценовая политика в международном бизнесе.

1. Способы ориентации при установлении экспортной цены.
2. Анализ структуры экспортной цены и возможности ее оптимизации.

Тема 7 Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.

- 1.. Посредники во внешнеэкономических операциях.
2. Основные функции предпринимательства и межстрановые каналы распределения.

Тема 8 Продвижение товаров и услуг на внешний рынок.

1. Особенности создания рекламных посланий и выработки слоганов.
2. Особенности рекламного рынка в России

Тема 9 Международные стратегии развития бизнеса.

1. Анализ сравнительных стратегических возможностей важнейших типов конкурентов: локальных, многонациональных и глобальных компаний.
2. Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, кооперационные, инновационные, имитационные.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Международный менеджмент» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Групповые дискуссии (темы №1, 2, 5, 9)
- Case-study (темы № 2, 3, 4, 6, 7, 8)

**6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

**Текущий контроль успеваемости
Рейтинг контроль № 1**

1. Составные части ПИИ (FDI): (добавьте необходимое)
 - а) Инвестиции в акционерный капитал
 - б) _____
 - в) Реинвестированная прибыль

2. Основные вопросы при определении стратегии фирмы: (добавьте необходимое)
 - а) Какой бизнес прекратить? б) _____
 - в) В какой степени расширить и как? г) _____
 - д) С каким бизнесом объединиться?

3. Основные характеристики глобальных рынков:
 - а) Глобальные ресурсы б) Глобальные потребители
 - в) Глобальные поставщики г) Глобальный товар (продукт/услуга)
 - д) Глобальные конкуренты и использование политики трансфертных цен
 - е) Глобальная рационализация ж) Глобальное регулирование
 - з) Глобальные технологии

4. Удачные M&A, если наблюдается:
 - а) Снижение рентабельности
 - б) Оптимизируются цепочки создания ценности
 - в) Снижение интереса к развитию традиционных подразделений и перенос инвестиционной активности в сторону новых
 - г) Возрастает стоимость акций - добавленная стоимость для акционеров
 - д) Снижение эффективности из-за длительной перестройки
 - е) Достигаются интеграционные эффекты
 - ж) Проблематичность распространения успешного брэнда на новые несвязанные бизнесы

5. Преимущества транснациональных корпораций: (добавьте необходимое)
 - а) Использование выгод международной специализации производства отдельных стран
 - б) _____
 - в) Маневрирование загрузкой производственных мощностей в связи с приспособлением своих производственных программ в соответствии с конъюнктурой мирового рынка
 - г) _____
 - д) Увеличение жизненного цикла товара/товаров (ЖЦТ)

6. Основные типы взаимоотношений внутри ТНК: (добавьте необходимое)
 - а) Этноцентрический
 - б) _____
 - в) Региоцентрический
 - г) _____

7. Макросреда бизнеса включает в себя: (добавьте необходимое)

- а) Социальный фактор
- б) _____
- в) Экономический фактор
- г) _____

8. Индекс транснационализации включает в себя следующие показатели: (добавьте необходимое)

- а) FA – заграничные активы
- г) _____
- д) FE – количество сотрудников за рубежом
- е) TE – общее количество сотрудников

9. Глобализация менеджмента (добавьте необходимое)

- а) Глобальное видение внешней и внутренней среды бизнеса
- б) Знание своих конкурентов, представленных в основном олигополиями
- в) Гибкость в выборе стиля работы, позволяющая быстро адаптироваться к локальным рынкам
- г) _____
- д) Интеграция всех предприятий и филиалов в единую международную цепь управления
- е) _____
- ж) Контроль всех своих операций и активов в общемировом масштабе
- з) Совершенствование человеческого потенциала

10. Негативные последствия глобализации: (добавьте необходимое)

а) Уязвимость мировой экономики на всех уровнях (прежде всего национальном и региональном)

б) Асимметрия и неравенство

Рейтинг контроль № 2

1. Современные концепции ТНК: (добавьте необходимое)

а) Модель монополистических преимуществ

б) Модель интернализации

в) Эkleктическая модель

2. Валютные риски ТНК: (добавьте необходимое)

а) Валютный риск при консолидации финансовой отчетности

б) Валютный риск при осуществлении экономических операций

3. Какие факторы влияют на выбор базисных стратегий развития бизнеса?

а) Товар (продукт/услуга)

б) Человеческие ресурсы

в) Рынок

г) Климат

д) Отрасль

е) Политическая обстановка

ж) Положение фирмы внутри отрасли з) Природные ресурсы

и) Технология

4. Факторы изменений внутренней среды: (добавьте необходимое)
а) Внешняя среда. ГДЕ?

б) Поведение стейхолдеров. КТО?

5. Пять основных волн М&А: (добавьте необходимое)

а) Первая волна «монополистических» слияний - 1897 по 1904 гг.

б) Третья волна «конгломератных слияний» - 1955-1975 гг.

в) Пятая волна «глобальных поглощений» с начала 90-х по настоящее время.

6. Последствия неудачных М&А:

а) Снижение рентабельности

б) Возрастает стоимость акций - добавленная стоимость для акционеров

в) Снижение интереса к развитию традиционных подразделений и перенос инвестиционной активности в сторону новых

г) Достигаются интеграционные эффекты

д) Снижение эффективности из-за длительной перестройки

е) Оптимизируются цепочки создания ценности

ж) Проблематичность распространения успешного бренда на новые несвязанные бизнесы

7. Последствия транснационализации: (добавьте необходимое)

а) Глобальная концентрация капитала на основе слияний и поглощений компаний и банков

б) Глобализация конкурентных преимуществ

в) Глобализация экономического контроля

8. Детерминанты интернационализации: (добавьте необходимое)

а) Рост масштабов производства

б) Рост конкуренции

в) Рост доли НИОКР в стоимостной структуре товара

9. Почему компании стремятся к транснационализации? (добавьте необходимое)

а) Масштаб = экономическая власть

б) Доля на рынке = объем прибыли

в) Доля в «сознании» потребителей = норма прибыли

10. Глобализация государства и его функций это: (добавьте необходимое)

а) Защита от возникновения «зла», как внутри страны, так и за ее пределами

б) Самоопределение государства

Рейтинг-контроль № 3

1. В каких сферах глобализация, усиливая взаимозависимость национальных хозяйств

делает их более уязвимыми? (добавьте необходимое)

а) Финансовая сфера

б) Транспортная сфера

в) Туризм

2. Способы централизованного управления денежными потоками при законодательных

препятствиях: (добавьте необходимое)

а) Перевод дивидендов за рубеж

б) Трансфертные цены во внутрифирменной торговле

в) Внутрифирменное страхование

3. Интернационализация культуры: (добавьте необходимое)

а) Интернационализация хозяйственной жизни и ее результатов

б) Интернационализация языка, традиций, вкусов, искусства, прочие виды духовной деятельности.

4. В условиях рынка существует три основных аспекта мотиваций, побуждающих к участию в международном обмене:

а) создание совместных предприятий, доходы, улучшение качества продукции

б) расширение сбыта, приобретение ресурсов, диверсификация

в) получение экспортной выручки, престиж, реклама фирмы

5. Виды ВЭД (внешнеэкономической деятельности):

а) внешняя торговля, инвестиции, кредиты

б) создание совместных предприятий, международный финансовый лизинг, лицензирование, франчайзинг, страхование

в) внешняя торговля, производственное сотрудничество, научно-техническое сотрудничество, инвестиционное сотрудничество, валютно-финансовое сотрудничество

Вопросы к зачету с оценкой по дисциплине «Международный менеджмент»

1. Мировая экономика как сфера международного бизнеса

2. Транснациональные корпорации и банки в международном бизнесе

3. Международные интеграционные объединения на региональных пространствах мира

4. Роль международных организаций в регулировании и развитии международного бизнеса

5. Партнерство государства и международного бизнеса

6. Межгосударственное регулирование международного бизнеса

7. Прогнозирование мирового рынка — важнейшая функция эффективного управления внешнеэкономической деятельностью

8. Важнейшие направления и факторы развития международного бизнеса

9. Наука и инновационный бизнес

10. Конкурентоспособность в международном бизнесе

11. Малый бизнес в современной системе международных конкурентных отношений
12. Ценообразование в международном бизнесе
13. Международный маркетинг — философия современного бизнеса
14. Аутсорсинг в международном менеджменте
15. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм
16. Международный бизнес в основных секторах мировой экономики
17. Мировой транспорт
18. Международный финансовый бизнес: сущность, участники и рынок как экономическая среда
19. Международные финансовые организации в мировой экономике
20. Стратегии развития международного финансового бизнеса
21. Международный банковский бизнес
22. Международная торговля товарами и услугами – важнейшая сфера международного бизнеса
23. Современные формы и методы международной торговли
24. Международная торговля услугами
25. Международный обмен интеллектуальной собственностью
26. Телекоммуникационные услуги в мировой экономике
27. Международный страховой рынок и страховой бизнес
28. Международный туризм

Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студентов предусматривает изучение и конспектирование научной и учебной основной и дополнительной литературы в соответствии с кругом вопросов, планируемых программой к освоению. Обширный материал для самостоятельной работы содержит также периодические издания и сетевые ресурсы. По результатам освоения студентам предлагается подготовить доклады по следующим темам:

1. Сущность и особенности международного менеджмента.
2. Основные факторы внешней среды.
3. Тенденции развития международного менеджмента.
4. Содержание понятий «ТНК», «МНК», «метакорпорация».
5. Этика в международном бизнесе.
6. Развитие международного бизнеса в условиях интеграции.
7. Стратегическое планирование в международном менеджменте.
8. Структура и содержание плана маркетинга международной компании.
9. Японская модель менеджмента.
10. Управление мотивацией в международном менеджменте.
11. Внешняя среда международного менеджмента.
12. Подготовка и обучение местного персонала в принимающей стране.
13. Американская модель менеджмента.
14. Регулирование деятельности международных компаний.
15. Модель оценки конкурентоспособности товаров и услуг на мировом рынке.
16. Организационная структура международной компании.
17. Конкурентные преимущества международных компаний.
18. Американская, японская и европейская модели менеджмента.
19. Международные финансовые организации.
20. Отбор менеджеров для работы на иностранных рынках.

21. Виды и формы планирования в международном менеджменте.
22. Сущность, виды и формы планирования в международном менеджменте.
23. Профессиональные качества менеджеров на иностранных рынках.
24. Основные функции международного менеджмента.
25. Процедуры анализа макросреды.
26. Основные подходы к управлению персоналом международных компаний.
27. STEEP, PEST и STEEP – анализ в международном менеджменте.
28. Методика SWOT – анализа.
29. Сущность и виды конкуренции на мировых рынках.
30. Мотивация персонала в различных культурах.
31. Понятие и элементы корпоративной культуры.
32. Традиционная японская модель мотивации персонала.
33. История развития международного менеджмента.
34. Системы мотивации персонала в европейских странах.
35. Управление персоналом в международном менеджменте.
36. Американский опыт мотивации персонала.
37. Европейские модели менеджмента.
38. Задачи и проблемы международного менеджмента.
39. Состав и структура управления международных компаний.
40. Должностные обязанности международного менеджера.
41. Азиатский стиль менеджмента.
42. Процесс создания международных компаний и его основные этапы.
43. Управление технологиями в международных компаниях.
44. Проведение деловых переговоров с иностранными партнёрами.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенции обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература*			
Менеджмент: теория, практика и международный аспект : учебник / под ред. Н.Ю. Кониной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 432 с. - ISBN 978-5-7567-0962-9.	2018		Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1039452
Международный бизнес: PR и рекламное дело : учеб. пособие / С.И. Лашко, В.Ю. Сапрыкина. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: https://doi.org/10.12737/20207	2020		Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1039162
Дегтярева, О.И. Управление рисками в международном бизнесе : учебник / О.И. Дегтярева. – Москва : Флинта, 2019. - 342	2019		Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/ca

с. – ISBN 978-5-9765-0156-0.			talog/product/1048280
Дополнительная литература			
Международный рынок консалтинговых услуг в России / Сударьянто Я.П. - М.: Дашков и К, 2018. - 240 с.: ISBN 978-5-394-02193-0	2018		Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/430417
Международная торговля : учеб. пособие / А.О. Руднева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 273 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a7d8662afa679.45373962 .	2018		Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/950827
Международная торговля : учебник / С.У. Нуралиев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 307 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).	2018		Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/954401

7.2. Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования».
2. Журнал «Маркетинговые исследования в России и за рубежом».
3. Журнал «Управление продажами».
4. Журнал «Управление каналами дистрибуции».
5. Журнал «Управление проектами».

7.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.quicksite.name> – ведение бизнеса посредством интернет-маркетинга.
2. <http://www.marketologi.ru/> – сайт гильдии маркетологов.
3. <http://www.bci-marketing.aha.ru/> – сайт журнала «Практический маркетинг»

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекций и семинаров требуются стандартно оборудованные аудитории: видеопроектор, экран настенный, мультимедийные средства и др.

Для успешного освоения дисциплины, студент использует следующие программные средства: Word Office (тексты), Power Point (презентации), EXEL (таблицы и графики), электронные учебные материалы на CD и в Интернет, электронные рассылки по E-mail.

Рабочую программу составил ст. преподаватель каф. МН и МР Штебнер С.В.



Рецензент

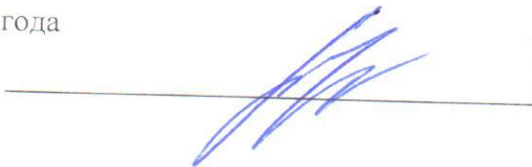
Генеральный директор ООО «Амест» Щелконогов Д.В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 1 от «31» 08 2020 года

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент Ползунова Н.Н.



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 38.03.02 «Менеджмент»

Протокол № 1 от «31» 08 2020 года

Председатель комиссии:

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент Ползунова Н.Н.



**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20 21 / 20 22 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 30.08.21 года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____