

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



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 промежуточного контроля (экз./зачет)
5	4/144	4	6		134	Зачет
Итого	4/144	4	6		134	Зачет

Владимир 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью дисциплины «Международный менеджмент» является:

дать студентам теоретические знания о процессе глобализации мировой экономики, раскрыть теоретические и методологические основы стратегического развития в глобализирующемся мире, проследить направленность трансформации субъектов мировой экономики и выход российских фирм и банковских структур на новые рубежи глобального взаимодействия, на развитие международного предпринимательства и сотрудничества на основе теории и практики международного маркетинга и международного менеджмента.

Основными 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.Б.25 «Международный менеджмент» относится к обязательным дисциплинам (Б25) блока 1 (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 промежуточная аттестация в форме зачета.

Предшествующими дисциплинами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Международный менеджмент», являются: «Теория организации», «Финансовый менеджмент», «Стратегический менеджмент». Дисциплина является базой для изучения дисциплин «Маркетинг взаимоотношений и взаимодействия» и др.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины «Международный менеджмент» направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные компетенции:

ОК – 4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК – 5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

общепрофессиональные компетенции:

ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

профессиональных компетенций:

ПК-2 владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

ПК – 4 умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

ПК – 9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
OK - 4	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p>Знать: 31 (ОК-4) основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка.</p> <p>Уметь: У1 (ОК-4) пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка. У2 (ОК-4) пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет».</p> <p>Владеть: В1 (ОК-4) 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. В2 (ОК-4) навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативно-исследовательского характера, ориентированных на соответствующее направление подготовки / специальность. Владеть иностранным языком на уровне В1</p>
OK - 5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать: 3 1(ОК-5) принципы функционирования профессионального коллектива, понимать роль корпоративных норм и стандартов</p> <p>Уметь: У 1(ОК-5) работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: В 1(ОК-5) приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности</p>
ОПК - 4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p>Знать: 31 (ОПК-4) основные виды презентаций 32 (ОПК-4) методы осуществления делового общения и проведения публичных выступлений 33 (ОПК-4) особенности приемов составления бизнес-презентаций 34 (ОПК-4) инструменты проведения деловых публичных выступлений 35 (ОПК-4) способы поддержки электронных коммуникаций 36 (ОПК-4) основы делового общения 37 (ОПК-4) основные правила деловой переписки и использования электронных коммуникаций</p>

	<p>Уметь:</p> <p>У 1 (ОПК-4) составлять презентации бизнес-идей У 2 (ОПК-4) проводить бизнес-презентации У3 (ОПК-4) использовать компьютерную технику для презентаций, ведения делового общения У 4 (ОПК-4) оформлять и демонстрировать презентации У5 (ОПК-4) грамотно оформлять информацию в рамках заданной темы У6 (ОПК-4) соблюдать правила поведения во время проведения презентации У 7 (ОПК-4) осуществлять деловое общение У 8 (ОПК-4) осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные</p> <p>Владеть:</p> <p>В 1 (ОПК-4) навыками составления презентаций В 2 (ОПК-4) навыками работы с ПО для создания презентаций (MS PowerPoint) В 3 (ОПК-4) навыками проведения деловых публичных выступлений В 4 (ОПК-4) навыками ведения деловой переписки и осуществления электронных коммуникаций В 5(ОПК-4) навыками делового общения В 6 (ОПК-4) навыками осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций</p>
ПК - 2	<p>Знать:</p> <p>31 (ПК-2) способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций 32 (ПК-2) виды конфликтов 33 (ПК-2) современные технологии управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде 34 (ПК-2) основные способы разрешения конфликтных ситуаций 35 (ПК-2) основы функционального менеджмента 36 (ПК-2) современные технологии управления персоналом 37 (ПК-2) различные способы разрешения конфликтных ситуаций 38 (ПК-2) технологии управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде</p> <p>Уметь:</p> <p>У 1 (ПК-2) разрешать конфликтные ситуации при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций с учетом современных технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде У 2 (ПК-2) разрешать конфликтные ситуации на основе современных технологий управления персоналом, применяя основы функционального менеджмента У 3 (ПК-2) различными способами разрешать конфликтные ситуации на основе технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде</p> <p>Владеть:</p> <p>В 1 (ПК-2) навыками разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде В 2 (ПК-2) навыками разрешения конфликтных ситуаций на основе современных технологий управления персоналом, используя принципы функционального менеджмента В 3 (ПК-2) навыками разрешения конфликтных ситуаций на основе технологий управления персоналом, в т.ч. в межкультурной среде</p>

	<p style="text-align: center;">умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p>	<p>Знать:</p> <p>31 (ПК-4) функции и роль инфраструктуры современных финансовых рынков и институтов 32 (ПК-4) понятия, сущность, функции и основные виды ЦБ 33 (ПК-4) понятия, сущность, функции и основные виды производных финансовых инструментов 35 (ПК-4) 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 39 (ПК-4) виды и функции бирж; органы управления и структуру биржи 3 19 (ПК-4) основные методы финансового менеджмента 3 20 (ПК-4) знать особенности принятия управленческих решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p> <p>Уметь:</p> <p>У 1 (ПК-4) 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 У 2 (ПК-4) 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 У 7 (ПК-4) оценивать перспективность ЦБ для инвестирования финансовых средств У 9 (ПК-4) оценивать риски, с которыми сопряжены биржевые сделки</p> <p>Владеть:</p> <p>В 1 (ПК-4) навыком системного представления о структуре, сущности, функциях и тенденциях развития российских и международных финансовых рынков В 2 (ПК-4) навыком сбора, обработки и анализа экономических данных, характеризующих состояние финансовых рынков для принятия управленческих решений в работе финансового менеджмента В 3 (ПК-4) 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 В 8 (ПК-4) навыком анализа деятельности хозяйствующих субъектов на основе расчета финансовых показателей В 9 (ПК-4) навыком краткосрочного финансового планирования</p>
ПК - 9	<p style="text-align: center;">способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Знать:</p> <p>3 1 (ПК-9) закономерности функционирования организаций и органов государственного и муниципального управления в макроэкономической среде 3 2 (ПК-9) основы поведения потребителей экономических благ и формирования спроса 3 3 (ПК-9) знать экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>Уметь:</p> <p>У 1 (ПК-9) анализировать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления У 2 (ПК-9) анализировать и выявлять рыночные и специфические риски функционирования организаций У 3 (ПК-9) уметь анализировать поведение потребителей и формирование спроса на основе знаний поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>Владеть:</p> <p>В 1 (ПК-9) современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных В 2 (ПК-9) владеть методикой анализа поведения потребителей экономических благ, экономических основ поведения организаций</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Курс рассчитан на 4 часов лекций, 6 часов практических занятий и 134 часа самостоятельной работы. Всего 4 зачетных единицы (144 часа). Промежуточная аттестация в форме зачета предусмотрена в 5 семестре.

Таблица 2

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины, час.											
	Всего	Семестр										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Заочная форма обучения												
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		10				10						
лекционного		4				4						
лабораторные работы												
практического занятия		6				6						
Самостоятельная работа студента (СРС)	134					134						
Промежуточная аттестация		3				3						
Общая трудоемкость (час. / з.е.)	144 / 4					144/4						

Таблица 3

Структура дисциплины

№ 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	Контрольные работы	СРС			
1	Общая характеристика глобализации международного бизнеса.	5		2	2			14		2/50	
2	Роль международных компаний в процессе глобализации бизнеса.	5		2	2			14		2/50	
3	Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация менеджмента	5			2			14		1/50	
4	Международный маркетинг - микс и окружающая среда международного бизнеса.	5						14			
5	Товары и товарная политика в системе международного бизнеса	5						14			
6	Ценовая политика в международном бизнесе.	5						16			
7	Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.	5						16			
8	Продвижение товаров и услуг на внешний рынок.	5						16			
9	Международные стратегии развития бизнеса.	5						16			
Всего		5		4	6			Реф	134	5/50	Зачет

Таблица 4

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (ОК-4) У1 (ОК-4) У2 (ОК-4) В1 (ОК-4) В2 (ОК-4) 3 1(ОК-5) У 1(ОК-5) В 1(ОК-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) У 4 (ПК-2) У 5 (ПК-4) У 6 (ПК-4) У 7 (ПК-4) У 8 (ПК-4) В 1 (ПК-4) В 2 (ПК-4) В 3 (ПК-4)
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2	31 (ОК-4) У1 (ОК-4) У2 (ОК-4) В1 (ОК-4) В2 (ОК-4) 3 1(ОК-5) У 1(ОК-5) В 1(ОК-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) В 3 (ПК-2) 31 (ПК-11), 32(ПК-11), У1(ПК-11), У2(ПК-11), В1(ПК-11), В2(ПК-11)
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (ОК-4) У1 (ОК-4) У2 (ОК-4) В1 (ОК-4) В2 (ОК-4) 3 1(ОК-5) У 1(ОК-5) В 1(ОК-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) В 1 (ПК-2)

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
				У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) В 3 (ОПК-4)
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, политico-правовое и социокультурное. Обзор концептуальных подходов к анализу окружающей среды.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) В 3 (ОПК-4)
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.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК - 2	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ПК-5), В2(ПК-5), В3(ПК-5), В4(ПК-5), В5(ПК-5), В6(ПК-5), В7(ПК-5), В8(ПК-5)
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	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 4	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4)

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)	
				32 (ОПК-4)	У 3 (ПК-2)
		оптимизации. Демпинг в международной торговле. Государственное регулирование цен на внешнем рынке. Основные виды внешнеторговых цен		33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) В 3 (ОПК-4) В 4 (ОПК-4) В 5(ОПК-4) В 6 (ОПК-4) 31 (ПК-4) 32 (ПК-4) 33 (ПК-4) 35 (ПК-4) 39 (ПК-4) 3 19 (ПК-4) 3 20 (ПК-4) У 1 (ПК-4) У 2 (ПК-4) У 7 (ПК-4) У 9 (ПК-4) В 1 (ПК-4) В 2 (ПК-4) В 3 (ПК-4) В 8 (ПК-4) В 9 (ПК-4) 31 (ПК-2)	32 (ПК-4) В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) В 3 (ПК-2) В 4 (ПК-2) В 5 (ПК-2) У 1 (ПК-4) У 2 (ПК-4) У 7 (ПК-4) У 9 (ПК-4) В 1 (ПК-4) В 2 (ПК-4) В 3 (ПК-4) В 8 (ПК-4) В 9 (ПК-4) В2(ПК-5),
Тема 7	Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.	Каналы распределения (дистрибуции) 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.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК - 2	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4)	В 3 (ОПК-4) В 4 (ОПК-4) В 5(ОПК-4) В 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) В 3 (ПК-2) В3(ОПК-2) 31 (ПК-11), 32(ПК-11), У1(ПК-11), У2(ПК-11), В1(ПК-11), В2(ПК-11)
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	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4)	В 4 (ОПК-4) В 5(ОПК-4) В 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) В 3 (ПК-2) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9)

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)	
				У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) В 3 (ОПК-4)	У 3 (ПК-9) В 1 (ПК-9) В 2 (ПК-9)
Тема 9	Международные стратегии развития бизнеса.	1.Измерения континуума маркетинговых стратегий: внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные. Анализ сравнительных стратегических возможностей важнейших типов конкурентов: локальных, многонациональных и глобальных компаний. 2.Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, кооперационные, инновационные, имитационные. Глобальные сегменты и глобальные ниши в современной экономике	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК – 4 ПК - 9	31 (ОК-4) У1 (ОК-4) У2 (ОК-4) В1 (ОК-4) В2 (ОК-4) 3 1(ОК-5) У 1(ОК-5) В 1(ОК-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) В 3 (ОПК-4) В 4 (ОПК-4) В 5(ОПК-4) В 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2)	36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) В 3 (ПК-2) 31 (ПК-4) 32 (ПК-4) 33 (ПК-4) 33 (ПК-4) 35 (ПК-4) 35 (ПК-4) 39 (ПК-4) 3 19 (ПК-4) 3 20 (ПК-4) У 1 (ПК-4) У 2 (ПК-4) У 7 (ПК-4) У 9 (ПК-4) В 1 (ПК-4) В 2 (ПК-4) В 3 (ПК-4) В 8 (ПК-4) В 9 (ПК-4) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) В 1 (ПК-9) В 2 (ПК-9)

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Деловая игра – метод имитации принятия решения в различных производственных ситуациях, осуществляемых по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме. Активное средство обучения.

Дискуссия – форма учебной работы, в рамках которой высказывают свое мнение по вопросу, поставленному преподавателем. Проведение дискуссий подразумевает самостоятельный подготовительный этап в виде написания эссе, тезисов, реферата по предложенному вопросу.

Метод кейс-стадии – обучение, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловой ситуации или задачи, взятой из практики реального функционирующего предприятия.

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

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Трудоемкость самостоятельной работы студентов по дисциплине «Международный менеджмент» составляет 134 часа.

Таблица 5

Вопросы для самостоятельного изучения

№ темы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов
1	Международные интеграционные объединения на региональных пространствах мира	14
2	Межгосударственное регулирование международного бизнеса	14
3	Конкурентоспособность в международном бизнесе	14
4	Аутсорсинг в международном менеджменте	14
5	Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм	14
6	Мировой транспорт	16
7	Современные формы и методы международной торговли	16
8	Международная торговля услугами	16
9	Международный обмен интеллектуальной собственностью	16
Итого:		134

6.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Международный менеджмент» проводится в соответствии с Учебным планом в форме зачета в 5 семестре для студентов. Студенты допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

6.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В ходе промежуточной аттестации осуществляется контроль освоения компетенций в соответствии с этапами их формирования.

Этапы формирования компетенций в ходе изучения дисциплины «Международный менеджмент»

Таблица 6

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9
Тема 2	Роль международных компаний в процессе глобализации	Понятие международной компании (МК), их классификация. Показатели транснационализации фирм и национальных экономик. Участие России в процесс транснационализации мировой экономики.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций
	бизнеса.		
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9
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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК - 2
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	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 4
Тема 7	Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.	Каналы распределения (дистрибуции) 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.	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК - 2
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	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9
Тема 9	Международные стратегии развития бизнеса.	1.Измерения континуума маркетинговых стратегий: внутринациональные, межнациональные, многонациональные, глобальные. Анализ сравнительных стратегических возможностей важнейших типов конкурентов: локальных, многонациональных и глобальных компаний. 2.Конкурентные стратегии: базовые, конфронтационные, кооперационные, инновационные, имитационные. Глобальные сегменты и глобальные ниши в современной экономике	ОК – 4 ОК – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 4 ПК - 9

6.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7

Показатели и критерии оценивания компетенций по этапам их формирования

Наименование тем	Коды компетенций	Коды ЗУВ				Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка
Общая характеристика глобализации международного бизнеса.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) В 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4)	У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5(OПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-9) 33 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 3 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	Вопросы на зачете 1 - 3	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	Zачтено	
Роль международных компаний в процессе глобализации бизнеса.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) В 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4)	У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5(OПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32(ПК-11), 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) B 1(ПК-11), B 2(ПК-11), B 1(ПК-11), B 2(ПК-11)	35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 31 (ПК-11), 32(ПК-11), У1(ПК-11), У2(ПК-11), B1(ПК-11), B2(ПК-11)	Вопросы на зачете 4 - 6	положения практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.		
Интернационализация бизнеса: концепции и мотивация менеджмента	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) В 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4)	У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4) В 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5(OПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-9) 33 (ПК-9) 34 (ПК-9) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2)	36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	Вопросы на зачете 7 - 9			

Наименование тем	Коды компетенций	Коды ЗУВ				Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка
Международный маркетинг - микс и окружающая среда международного бизнеса.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4)	У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) B 1 (ОПК-4) B 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5(OПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-9) 33 (ПК-9) 34 (ПК-9) 35 (ПК-9) 36 (ПК-9) 37 (ПК-9) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	Вопросы на зачете 10 - 12	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		
Товары и товарная политика в системе международного бизнеса	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК - 2	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4)	У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) B 1 (ОПК-4) B 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5(OПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2), 31 (ПК-2)	32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) B 4 (ПК-2) B 5 (ПК-2) B 6 (ПК-2) B1(ПК-5), B2(ПК-5),	Вопросы на зачете 13 - 15	«не зачтено»	Не зачтено	
Ценовая политика в международном бизнесе.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 4	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B 1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4)	У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) B 1 (ОПК-4) B 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5(OПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) У 1 (ПК-4) У 2 (ПК-4) У 3 (ПК-4) У 4 (ПК-4) У 5 (ПК-4)	В 1 (ПК-2) В 2 (ПК-2) В 3 (ПК-2) 31 (ПК-4) 32 (ПК-4) 33 (ПК-4) 34 (ПК-4) 35 (ПК-4) 36 (ПК-4) 37 (ПК-4) 39 (ПК-4) 3 19 (ПК-4) 3 20 (ПК-4) У 1 (ПК-4) У 2 (ПК-4) У 7 (ПК-4) У 9 (ПК-4) B 1 (ПК-4) B 2 (ПК-4) B 3 (ПК-4) B 8 (ПК-4) B 9 (ПК-4) B2(ПК-5),	Вопросы на зачете 16 - 18			

Наименование тем	Коды компетенций	Коды ЗУВ				Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка	
Формы выхода (проникновения) на внешний рынок.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК - 2	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4)	У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) B1 (ОПК-4) B2 (ОПК-4) B3 (ОПК-4) B4 (ОПК-4) B5 (ОПК-4) B6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32(ПК-2), У1(ПК-11), У2(ПК-11), B1(ПК-11), B2(ПК-11)	36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) B3(ПК-2) 31 (ПК-11), 32(ПК-11), У1(ПК-11), У2(ПК-11), B1(ПК-11), B2(ПК-11)	Вопросы на зачете 19 - 21				
Продвижение товаров и услуг на внешний рынок.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4)	У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4) B1 (ОПК-4) B2 (ОПК-4) B4 (ОПК-4) B5 (ОПК-4) B6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32(ПК-2), У1(ПК-9), У2(ПК-9), У3(ПК-9) B1 (ПК-9) B2 (ПК-9)	36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	Вопросы на зачете 22 - 24				
Международные стратегии развития бизнеса.	OK – 4 OK – 5 ОПК – 4 ПК – 2 ПК – 4 ПК - 9	31 (OK-4) У1 (OK-4) У2 (OK-4) B1 (OK-4) B2 (OK-4) 3 1(OK-5) У 1(OK-5) B1(OK-5) 31 (ОПК-4) 32 (ОПК-4) 33 (ОПК-4) 34 (ОПК-4) 35 (ОПК-4) 36 (ОПК-4) 37 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) У 2 (ОПК-4) У 3 (ОПК-4) У 4 (ОПК-4) У 5 (ОПК-4) У 6 (ОПК-4) У 7 (ОПК-4) У 8 (ОПК-4)	B 1 (ОПК-4) B 2 (ОПК-4) B 3 (ОПК-4) B 4 (ОПК-4) B 5 (ОПК-4) B 6 (ОПК-4) 31 (ПК-2) 32 (ПК-2) 33 (ПК-2) 34 (ПК-2) 35 (ПК-2) 36 (ПК-2) 37 (ПК-2) 38 (ПК-2) У 1 (ПК-2) У 2 (ПК-2) У 3 (ПК-2) B 1 (ПК-2) B 2 (ПК-2) B 3 (ПК-2) 31 (ПК-4) 32 (ПК-4) 33 (ПК-4) 34 (ПК-4) 35 (ПК-4) 36 (ПК-4) 37 (ПК-4) 38 (ПК-4) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	33 (ПК-4) 35 (ПК-4) 39 (ПК-4) 3 19 (ПК-4) 3 20 (ПК-4) У 1 (ПК-4) У 2 (ПК-4) У 7 (ПК-4) У 9 (ПК-4) B 1 (ПК-4) B 2 (ПК-4) B 3 (ПК-4) B 8 (ПК-4) B 9 (ПК-4) 3 1 (ПК-9) 3 2 (ПК-9) 3 3 (ПК-9) У 1 (ПК-9) У 2 (ПК-9) У 3 (ПК-9) B 1 (ПК-9) B 2 (ПК-9)	Вопросы на зачете 25 - 28				

6.5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету 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

6.6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет принимает лектор. Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер и определяется его:

- ответом на зачете;
- качеством выполнения контрольной работы.

Знания, умения, навыки студента при проведении устного зачета по дисциплине оцениваются по системе: «зачтено», «незачтено». Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

**Оценивание студента на зачете по дисциплине
«Международный менеджмент»**

Оценка	Требования к знаниям
«Зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
«Не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

6.7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Подготовка к зачету. Текущий контроль должны сопровождать рефлексия участия в интерактивных занятиях и ответы на ключевые вопросы по изученному материалу. Итоговый контроль по курсу осуществляется в форме ответа на вопросы. В самом начале учебного курса необходимо познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

**7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

а) Основная литература

1. Международный бизнес: Учебное пособие / В.К. Поспелов, Н.Н. Котляров, Н.В. Лукьянович, Е.Б. Стародубцева; Под ред. В.К. Поспелова. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.:
2. Моргунов В. И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2014. - 184 с.
3. Международный бизнес: Учебное пособие / В.А. Михалкин. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.

б) Дополнительная литература

1. Управление рисками в международном бизнесе [Электронный ресурс] : учебник / О.И. Дегтярева. - 3-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 342 с.
2. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: в схемах и таблицах: учебное пособие. Лебедев Д.С. - Москва : Проспект, 2016. - 208 с.
3. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с.

в) Интернет-ресурсы

1. <http://www.studentlibrary.ru> (Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – многопрофильный образовательный ресурс).

2. <http://znanium.com> (Электронно – библиотечная система Znanium)
3. www.iteam.ru (Портал iTeam – технологии корпоративного управления)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для обеспечения образовательного процесса по дисциплине институт располагает следующей материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, предусмотренных учебным планом и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещения для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью;
- библиотека, имеющая места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерные классы с комплектом лицензионного программного обеспечения MicrosoftOffice, «КонсультантПлюс».

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление проектами»

Рабочую программу составил ст. преп. каф. МНиМР, Штебнер С.В.

(ФИО, подпись)

Рецензент:

Генеральный директор ООО «ПКФ Росток» Михеев А.П.
(место работы, должность, ФИО, подпись)

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

Протокол № 8-Р от «24» апреля 2016 года

Заведующий кафедрой д.э.н., проф. Филимонова Н.М.

(ФИО, подпись)

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

Протокол № 10 от «22» апреля 2016 года

Председатель комиссии:

директор Института экономики и менеджмента, д.э.н., проф. Захаров П.Н.

(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____
