

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

наименование дисциплины

Автор: д.э.н., профессор Дуканич Л.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Международная коммерция»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции для анализа и оценки стратегии организации с разными масштабами деятельности и режимом налогообложения и способности оценивать эффективность бизнес-процессов

План курса:

Тема 1. Экономические агенты, принимающие хозяйственные решения в зарубежных странах

Тема 2. Юридические формы организации деятельности в разных странах

Тема 3. Размерные критерии бизнеса в разных странах.

Тема 4. Эволюционная или адаптационная эффективность фирмы и способы ее повышения.

Тема 5. Интеграция крупного и малого бизнеса.

Тема 6. Фирма как сеть контрактов.

Тема 7. Международные компании и их роль в глобализирующейся экономике

Тема 8. Регулирование бизнеса в зарубежных странах.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль осуществляется посредством устного опроса, результатов контрольной работы и участия в диспутах.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме устного зачета.

Компетенция ПК – 9.1 (первый этап освоения) формирует на уровне знаний:

- знание видов маркетинговых стратегий, методов их анализа при составлении планов и обосновании закупок, а также методов организации сбора, систематизации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу для анализа стратегий организаций, занимающихся внешнеэкономической деятельностью

на уровне умений:

- умение применять методы анализа маркетинговых стратегий организаций для составления сбалансированных планов и обоснования закупок; методы организации сбора, систематизации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу для анализа стратегий организаций, занимающихся внешнеэкономической деятельностью

на уровне навыков:

Примечание [ДЛВ1]:

- владеть навыками исследований маркетинговых стратегий для составления сбалансированных планов и обоснования закупок и применения методов организации сбора, систематизации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу для анализа стратегий организаций, занимающихся внешнеэкономической деятельностью

**Компетенция ПК – 14.3 (третий этап освоения) формирует
на уровне знаний:**

- знание методов оценки эффективности бизнес-процессов закупочных процедур и бизнес-процессов по разработке технико-экономического обоснования установления прямых производственных связей, создания и развития бизнеса на основе договоров, организации сбора, систематизации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу и бизнес-процессов подготовки товарно-сопроводительной документации для таможенного оформления экспортно-импортных операций

на уровне умений:

- умение адаптировать и применять методы оценки эффективности бизнес-процессов по закупочным процедурам и по разработке технико-экономического обоснования по установлению прямых производственных связей, созданию и развитию бизнеса на основе договоров, бизнес-процессов по организации сбора, систематизации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу, подготовки товарно-сопроводительной документации для таможенного оформления экспортно-импортных операций

- на уровне навыков:

- владение навыками оценки эффективности бизнес-процессов по закупочным процедурам и по разработке технико-экономического обоснования установления прямых производственных связей, созданию и развитию бизнеса на основе договоров, бизнес-процессов по организации сбора, систематизации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу, подготовки товарно-сопроводительной документации для таможенного оформления экспортно-импортных операций

Основная литература:

1. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Сейфуллаева М.Э.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 319 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8095>.- ЭБС «IPRbooks»
2. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011.- 443 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552>.- ЭБС «IPRbooks»
3. Лашко С.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лашко С.И., Буркот Е.С.- Электрон. текстовые данные.- Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.- 248 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10291>.- ЭБС «IPRbooks»

