

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.4.2 Международный менеджмент

Авторы: доктор экономических наук, профессор, кафедры мировой экономики и международных отношений Тимонина Ирина Львовна

Код и наименование направления подготовки, профиля:

41.03.01 Зарубежное регионоведение, «Экономическое и политическое развитие стран Востока»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины Б1.В.ДВ.4.2 Международный менеджмент – формирование у обучающихся способности демонстрировать применение знаний в области социальных, гуманитарных и экономических наук, информатики и математического анализа для решения прикладных профессиональных задач.

План курса

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1	Тема 1. Введение. Международный бизнес и международный менеджмент: эволюция и современные тенденции развития	Понятия международного бизнеса и международного менеджмента. История и эволюция международного бизнеса. ТНК как основные субъекты международного бизнеса, их роль и место в мировой экономике. Основные факторы и современные тенденции развития международного бизнеса. Воздействие глобализации и интеграционных процессов в мире на развитие международного предпринимательства. Глобализация бизнеса. Международный менеджмент и национальная модель менеджмента: сходство и отличия. Проблема существования международного стандарта менеджмента в условиях глобализации. Глобальное и локальное мышление и подходы. Функции и профессиональные компетенции международного менеджера.
2	Тема 2. Основные элементы среды международного бизнеса: тенденции ее изменения и методы анализа Культурная среда международного бизнеса и методы ее анализа	Понятие внешней среды международного бизнеса. Основные элементы внешней среды международного бизнеса. Структура, основные этапы, цели и задачи анализа внешней среды в международном менеджменте; принципиальные отличия от анализа среды для компаний, работающих на национальном рынке. Базовые составляющие анализа: анализ экономической, политической, правовой, культурной внешней среды. Организация и методы анализа внешней среды. Информационная база анализа внешней среды и основные приемы в работе с информацией. Маркетинговый страновой анализ. Проблема повышенного риска. Виды рисков: природные, технические, социальные, политические, финансовые, операционные. Методы оценки и защиты от рисков. Источники информации о рисках. Комплексный анализ культурной среды. Место культурного анализа в комплексном анализе внешней среды. Основные концепции и подходы к проблеме культурных различий и роли

		<p>культурного фактора в международном менеджменте.</p> <p>Определение культуры в контексте задач кросс-культурного менеджмента. Некоторые культурологические теории и практическая ценность для анализа внешней культурной среды. Концепция Дж. П. Мэрдока – константный подход, подход на основе системы ценностей, структура Дж. Рокича, кластерный подход. Понятие субкультуры.</p> <p>Определение необходимой степени культурной осведомленности. Типы и наборы переменных, используемых для анализа культурного контекста. Культурные различия и создание эффективных коммуникаций. Национальные стереотипы. Проблема полицентризма и этноцентризма при работе за рубежом.</p> <p>Анализ культурной среды и методы смягчения международных различий.</p>
3	<p>Тема 3</p> <p>Основные стратегические решения компаний при выходе на международный рынок и работе на нем: стратегическая альтернатива.</p>	<p>Характеристика рынков: мультилокальные и глобальные рынки. Многонациональная и глобальная конкуренция. Проблема перехода от мультилокальной к глобальной конкуренции. Виды международных стратегий.</p> <p>Понятие стратегического планирования в международном бизнесе, отличия от стратегического планирования в страновом бизнесе.</p> <p>Стратегическое планирование в международной фирме как система. Критерии отбора и формирование совокупности стратегических решений.</p> <p>Основные требования к международной стратегии. Алгоритм стратегического планирования. Выбор стратегических альтернатив и базисной стратегии.</p> <p>Стратегическая альтернатива: принятие решение о выходе на внешний рынок и его формах. Этапы продвижения на зарубежный рынок. Мотивация интернационализации предпринимательской деятельности.</p> <p>Основные решения в рамках выработки глобальных стратегий. Конфигурация и координация. Выбор принимающей страны, «ромб» М. Портера. Кластерный анализ.</p> <p>Модели вхождения МНК на зарубежные рынки. Преимущества и недостатки различных моделей.</p> <p>Выбор организационных форм международного предпринимательства и партнеров. Выбор конкурентных стратегий.</p> <p>Создание международных производственных сетей. Международный аутсорсинг.</p>
4	<p>Тема 4.</p> <p>Организационные стратегии и организационные структуры ТНК.</p> <p>Международные стратегические</p>	<p>Основные принципы организации и управления МНК. Глобальные компании.</p> <p>Интегрированные групповые структуры. Финансово-промышленные группы в международном бизнесе, Классификация холдинговых и нехолдинговых «метакорпораций». Вертикально и горизонтально интегрированные группы. Экономическая роль холдингов в рамках интегрированных структур.</p> <p>Особенности организации и функционирования финансово-</p>

	альянсы.	<p>промышленных групп в США и европейских странах. Особенности организации и функционирования горизонтальных групп в Японии (кигё сюдан и кэйрэцу).</p> <p>Организационные стратегии МНК. Формы межфирменной кооперации. Совместные предприятия и консорциумы.</p> <p>Слияния и поглощения как способ вхождения на мировые рынки. Оценка выгод и затрат при слияниях и поглощениях.</p> <p>Международные стратегические альянсы (МСА) как средство глобальной конкуренции. Сущность и виды МСА. Альянсы конкурирующих и неконкурирующих фирм. Юридическая база альянсов.</p> <p>Цели создания альянсов. Управленческая практика при создании стратегических альянсов. Выгоды и издержки при создании альянсов. Проблемы совместимости/несовместимости корпоративных культур при создании и функционировании альянсов. Синэргетический эффект. Методы снижения риска альянсов.</p>
5	Тема 5. Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе	<p>Особенности управления интернациональными командами. Специфика методов и средств воздействия на персонал за рубежом: лидерство, вознаграждение, мотивация, коммуникабельность, контроль. Проблема обеспечения кадрами зарубежного предприятия, основные подходы в подборе персонала для зарубежных филиалов.</p> <p>Специфика системы обучения персонала в компаниях с многонациональным персоналом и в зарубежных филиалах ТНК. Понятие корпоративной культуры. Типы корпоративных культур. Кросс-культурные коммуникации, проблема ассимиляции и взаимовлияния. Diversity как конкурентное преимущество международной компании.</p>
6	Тема 6. Этика и социальная ответственность в международном бизнесе.	<p>Национальный менталитет и этические нормы международного бизнеса. Основные требования этического ведения международного бизнеса. Современные подходы к формированию этических принципов компаний, действующих в различных странах, определению адресатов социальной ответственности международных корпораций.</p>

Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.4.2 «Международный менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа: контрольные работы, написание рефератов, аналитических обзоров, тестирование

при проведении занятий семинарского типа: оценка презентаций и участия в деловых играх, анализе кейсов

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в письменной форме.

Основная литература

1. Тимонина И.Л., Колесникова И.В., Мартиросян Э.Г. Развитие международного бизнеса – М., Издательство «Дело» АНХ, 2010