

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.8.1. «Международный менеджмент»

Индекс дисциплины. Наименование дисциплины по УП

Автор: Тимонина Ирина Львовна, доктор экономических наук, профессор

Код и наименование направления подготовки, профиля: 41.03.05 Международные отношения, «Международные отношения: политика, экономика, бизнес»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины «Международный менеджмент» сформировать компетенцию в области способности на практике использовать знание и методы социальных, правовых и экономических наук при решении профессиональных задач в сфере деятельности государственных структур, бизнеса, частного сектора (ОПК-5).

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

следующие знания:

- базовых понятий социальных наук (социальная система, динамика социальных процессов, социальные изменения, социальная мобильность, социальный статус, социальная стратификация, справедливость, социальное неравенство (равенство), социальная адаптация, социальная идентификация, группа);
- правовых наук (закон, право, правосубъектность, правонарушение, государственное право, муниципальное право, источники права, права и обязанности граждан, гражданство, правопреемственность);
- экономических понятий (спрос, предложение, цена, стоимость, товар, деньги, доходы, расходы, прибыль, риск, собственность, управление, рынок, фирма, государство), объективных основ функционирования экономики и поведения экономических агентов (законы спроса и предложения, принципы ценообразования, принцип ограниченной рациональности, принцип альтернативных издержек, принцип изменения ценности денег во времени);

следующие умения:

- использовать понятийный аппарат социальных, правовых наук и экономической науки для описания социальных, экономических и финансовых процессов;
- использовать методы социальных наук (наблюдение, логические методы, опрос, анализ документов); правовых дисциплин (сравнительный анализ, метод исторического анализа); личного финансового планирования (бюджетирование, оценка будущих доходов и расходов, сравнение условий различных финансовых продуктов, управление рисками, применение инструментов защиты прав потребителя финансовых услуг);

следующие навыки:

- анализа социальной, правовой и экономической информации, необходимой для принятия обоснованных решений;
- анализа и оценки социальных явлений и процессов;
- оценки правовых документов, явлений;
- анализа и оценки процентных, кредитных, курсовых, рыночных, операционных, общеэкономических рисков неблагоприятных социальных, экономических и политических событий;

– решения типичных задач, связанных с социально-экономическим планированием.

План курса

№ п/ п	Наименован ие тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1	Тема 1. Введение. Международ ный бизнес и международ ный 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. Основ ные элементы среды международ ного бизнеса: тенденции ее изменения и методы анализа Культурная среда международ ного 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. Комплексный анализ культурной среды. Место культурного анализа в комплексном анализе внешней среды. Основные концепции и подходы к проблеме культурных различий и роли культурного фактора в международном менеджменте. 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. 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. Анализ культурной среды и методы смягчения международных различий.

3	<p>Тема 3 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>
4	<p>Тема 4. Организационные стратегии и организационные структуры ТНК. Международные стратегические альянсы.</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-промышленных групп в США и европейских странах. Особенности организации и функционирования горизонтальных групп в Японии (<i>кигё сюдан и кэйрэцу</i>).</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 человечески ми ресурсами в международ ном бизнесе	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. 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.
6	Тема 6. Этика и социальная ответственно сть в международ ном бизнесе.	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.

Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины **«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

Зачет проводится в письменной форме

Результат формирования компетенций на уровне данной дисциплины дополнительно измеряется с помощью тестов и творческих вопросов в ходе аттестации.

Основная литература:

- 1.Медведев, А.Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — СПб. : СПбГУ, 2014. — 496 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/64118>
- 2.Тимонина И.Л. Развитие международного бизнеса [Электронный ресурс] / И.Л. Тимонина, И.В. Колесникова, Э.Г. Мартиросян. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дело, 2011. — 152 с. — 978-5-7749-0573-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51072.html>