

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

наименование дисциплины

Автор: старший преподаватель Степанова Т.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 участия в подготовке и правовом обеспечении решений по вопросам организации управления внешнеторговой организацией

План курса:

Тема 1. The Essence and Functions of International Management (IM).

Тема 2. Managerial decisions of international markets operations.

Тема 3. The International Competition (IC) and competitiveness of the International Company

Тема 4. Intellectual Capital management in the international company

Тема 5. The peculiarities of Financial management in international companies.

Тема 6. Integration instruments of the international company

Тема 7. Innovation management in an international company

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль осуществляется посредством устного опроса, результатов выполнения контрольных работ, участия в диспутах, написания реферата.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме устного экзамена

Компетенция ПК – 9.1 (первый этап освоения) формирует

на уровне знаний:

-. знание методы анализа маркетинговых стратегий организации в сфере закупок и для систематизации информации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу, а также для целей мониторинга предмета деятельности в области снабжения и сбыта в сфере закупок

на уровне умений:

- умение оценивать стратегии внешнеторговых организаций с разными масштабами деятельности с целью систематизации информации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также для составления планов и обоснования закупок и мониторинга предмета деятельности в области снабжения и сбыта в сфере закупок

на уровне навыков:

= быть способным анализировать и оценивать стратегии организации с разными масштабами деятельности с целью систематизации информации, изучения и обобщения информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также для составления планов и обоснования закупок и мониторинга предмета деятельности в области снабжения и сбыта

Основная литература:

1. D. Morschett, H. Schramm-Klein, J. Zentes Strategic International Management 3d ed., EU, Springer Gabler, 2015. — 565 p.
2. S. Wall, S. Minocha, B. Rees International business 4th ed., UK, Pearson Education Limited, 2015. — 393 p.
3. Garten F. The International Manager: A Guide for Communicating, Cooperating, and Negotiating with Worldwide Colleagues. CRC Press, 2015. — 424 p.

6.2. Дополнительная литература

1. Deresky Helen. International Management. Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases (Global edition). — 8th edition. — Pearson, 2013. — 520 p.
2. W. Sroka, S. Hittmar Management of Network Organizations. Theoretical Problems and the Dilemmas in Practice, EU, Springer Gabler, 2015. — 266 p.
3. T. Robinson, E. Henry, W. Pirie, M. Broihahn, International Financial Statement Analysis Workbook 3d ed., USA, John Wiley & Sons, Inc., 2015.