

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.1 «Международный менеджмент. International Management»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: Руководитель практики «Проектное финансирование» Юридическая фирма «Базаров, Голиков и партнеры» Дацков О.Ю.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 «Менеджмент», профиль «Управление развитием бизнеса (организации)»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенцию в области разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации (ПК-2).

План курса:

Topic 1. Management as a universal scientific discipline.

Fundamentals of Supply-Demand market concept. Historical paradigms of international market. Origination of trade and commodity relations and their history from ancient times till the XIX century when capitalism started to develop. Fundamental principle of market relations – “SUPPLY-DEMAND”. Management as a scientific discipline including strategic planning and marketing. Personal psychology. Commodity philosophy. Cross-cultural specifics of business and trade in the external markets of Eurozone, the Middle and the Far East.

Topic 2. Management of the present-day consumer society.

Present-day consumer society. CONSUMERISM. Theory of CONSUMERISM as a response to changes in the SUPPLY-DEMAND market paradigm. Basic knowledge about subconscious, irrational behaviour, hidden preferences and choice. A. Maslow's Hierarchy of Needs theory. Modern management: necessity to introduce unconventional approaches and create non-standard conditions of distribution, including consumerism.

Topic 3. International management.

Comparative management as a science about the differences and standards of business, subject to national and ethnical peculiarities of business process participants. Euro-management (England, France, Germany, Sweden). South-East Asia (China, Japan). Middle East (UAE, Egypt). Traditions and conditions of trade arrangement in the global market, subject to national and ethnical peculiarities. East-West cross-culture. Polychronic and monochronic cultures.

Topic 4. Commodity. Determination of market concept of commodity.

Commodity qualification and categories. Functional value. Reference consumer groups. Marketing characteristics: object of exchange, functional values, focus consumer groups based on gender, gerontology, social and nominal qualities. Core idea – Psychology of Choice and Preferences.

Topic 5. Modern manager. Archetypes of leaders and corporate managers. Corporate culture.

Modern business manager. Functions of manager. Company's strategic development. Macro and micro levels of management. Explanation of methodology and process. Commercial

proposal. Negotiations. Archetypes of delegation leaders. Psychology of body language scanning
Creating corporate culture. Manager's image. First and second management signal system.
Speech, art of rhetoric. Etiquette and protocol. Dress code, manners, style.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, доклад, эссе.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Этап освоения компетенции ПК-2.3 отражает формирование:

на уровне знаний:

Общие закономерности и особенности ведения бизнеса в различных группах стран и регионах

Закономерности экономического развития и специфику ведения бизнес-деятельности в различных группах стран-участников мирового хозяйства

Механизм действия внутренних и внешних факторов формирования бизнес-среды

Основные техники коммуникации при осуществлении учебного процесса и исследовательской деятельности

Параметры основных кросс-культурных различий в зарубежных странах

Основные методы преодоления кросс-культурных различий в коллективе компании

Основные методы проведения качественных исследований бизнес-среды в различных участниках мирового хозяйства

Результаты новейших исследований и научных разработок в области теории и практики международного бизнеса

Основы проведения сопоставительного анализа в области международного бизнеса

Наиболее известные теоретические концепции международного бизнеса

Закономерности экономического развития и специфику их проявления в основных группах стран-участников мирового хозяйства

на уровне умений:

Анализировать текущую ситуацию в кросс-культурной рабочей среде

Учитывать особенности менталитета работников и менеджмента различных национальностей

Составлять аналитические обзоры

Обосновывать свою научную и гражданскую позицию

Участвовать в научных дискуссиях с элементами критического осмысления позиций оппонентов

Анализировать динамику основных показателей экономического развития отдельных стран и отдельных сегментов мирового товарного и финансового рынка;

Интерпретировать статистические и фактологические данные при проведении исследований в области международного бизнеса

Составлять аналитические материалы для оценки состояния экономики отдельных стран и регионов и возможных вариантов ведения в них бизнес-операций

Обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы исследования в области международного бизнеса

Выявлять внешние и внутренние факторы, влияющие на бизнес-среду отдельных зарубежных стран

Анализировать динамику основных показателей экономического развития отдельных стран и давать их прогнозную оценку

на уровне навыков:

Применения инструментария анализа экономической ситуации для понимания закономерностей развития стран и регионов и международной бизнес-деятельности

Анализа экономических явлений и процессов в различных странах – участниках мирового хозяйства
Проведения международного сопоставительного анализа.

Основная литература:

1. Сейфуллаева, М.Э. Международный менеджмент. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2012. — 232 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53460> — Загл. с экрана.
2. 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> — Загл. с экрана.
3. Чикишева Н.М., Симонова Л.М. Кросс-культурный менеджмент: учебное пособие / Н.М. Чикишева, Л.М. Симонова. – Тюмень: РИО ТюмГАСУ, 2014. – 212с.