

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.08.01 ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

**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 способность 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:**

- 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 – 14.2 (второй 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»

