

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.01 «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.

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.