

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 «Инновационный менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенцию в области разработки корпоративной стратегии, программ 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, эссе, доклад.

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

Этап освоения компетенции ПК-2.1 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

Параметры основных кросс-культурных различий в зарубежных странах

Основные методы преодоления кросс-культурных различий в коллективе компании

Сущности и содержания управления, проблем мотивации, лидерства и руководства, социально-этических аспектов управления

Форм и методов обеспечения эффективности управления трудовым коллективом

на уровне умений:

Анализировать текущую ситуацию в кросс-культурной рабочей среде

Учитывать особенности менталитета работников и менеджмента различных национальностей

Составлять аналитические обзоры

Использовать современный инструментарий управления человеческими ресурсами, методы формирования и поддержания этичного климата в организации и навыки деловых коммуникаций

на уровне навыков:

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

Использование современных средств представления информации

Навыки работы в групповых проектах при разработке конкретных проблем развития

Основы кросс-культурной коммуникации при ведении операций международного бизнеса

Коммуникационными и координационными навыками в процессе реализации проектов по разработке конкретных проблем международного бизнеса

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>

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>