

ВВЕДЕНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

国际商务管理导论

**конспект к курсу лекций
на китайском и русском языках**

**Паньшин Б.Н.
БГУ, экономический факультет,
зав. кафедрой менеджмента
Минск 明斯克**

Перевод и редактирование текста на
китайском языке осуществлено под
руководством и при непосредственном
участии

- Го Шухун – директора с китайской стороны
РЕСПУБЛИКАНСКОГО ИНСТИТУТ А
КИТАЕВЕДЕНИЯ ИМЕНИ КОНФУЦИЯ
白俄罗斯国立大学共和国孔子学院

Перевод на китайский язык осуществили

- студенты, аспиранты, магистранты БГУ и БГЭУ: Лю Сяомэй, Сюй Даньтун, Пань Ли, Лю Дун Хуэй, Гао Вэйгонг, Ван Вэй, Ян Маосун

В подготовке материала участвовали

- лаборант кафедры менеджмента Баран Светлана
- студенты Юрина Александра и Булыко Кристина.

Непосредственно презентацию текста подготовили

- Сюй Даньтун (Китай), аспирант Белгосуниверситета
- Юрина Александра (Беларусь), студентка экономического факультета БГУ (отделение менеджмент)

Основные задачи

- Материал представляет собой конспект по курсу лекций «Менеджмент международного бизнеса». Содержит краткие описания ключевых концепций, подходов и инструментов ведения бизнеса на внешних рынках.
- Ориентирован на формирование у студентов базовых знаний по международному менеджменту, ознакомлению с его основными понятиями и терминами применительно к современным требованиям ведения внешнеэкономической деятельности и международной торговли.
- Предназначен для студентов, магистрантов и аспирантов обучающихся по специализации «международный менеджмент».

Задачи курса и компетенции

Не только искать готовые рецепты но размышлять
и анализировать (видение)

- Понимание особенностей организации и управления бизнесом на внешних рынках
- Знание основ кросскультурного менеджмента, подходов и инструментов управления бизнесом на внешних рынках
- Умение пользоваться источниками маркетинговой информации для анализа конъюнктуры рынков и инструментами продвижения товаров и услуг на внешние рынки

Международный менеджмент

- особый вид менеджмента, главными целями которого являются
- формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ фирмы за счет возможностей ведения бизнеса в других странах
- эффективного использования для этих целей экономических, социальных, демографических, культурных и других особенностей той или иной страны

Приоритеты международного менеджмента

- Приоритет отдается экономическим интересам, которые определяются спецификой работы предприятия на внешних рынках:
 - - международная конкурентоспособность товаров и услуг,
 - - экспортно – импортная политика,
 - - культурные проблемы,
 - - умение следовать международным стандартам, правилам и обычаям,
 - - международное торговое право,
 - - региональные и международные союзы.
- Как продать ваш товар на внешнем рынке

Базовые знания

Макро- и микроэкономика

- умение пользоваться различными индикаторами и показателями, статистикой, экомико-математическими методами – уметь оперировать реальными схемами

Философия, история, психология

- как основа для понимания деловых культур разных стран и осуществления кросскультурного менеджмента

Основы менеджмента (производственного, инновационного, информационного, финансового, кадрового и тд.)

Понимать общий контекст бизнес – среды интегральное видение социально – экономических реалий

Деньги больше не являются «кровью экономики», так как потеряна их связь с производственной сферой (рынок ценных бумаг, спекуляции)

Роль инноваций и экономики знаний (возрастающая роль человеческого капитала)

Возрастающая значимость культуры:

- культура – это «рельсы политики»
- культура бизнеса – это ценности, разделяемые участниками бизнес – процесса
- Управленческая культура – это совокупность профессиональной и личной культуры

Раздел 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

第一章：国际商务管理的理论基础

Тема 1 Введение в курс «Менеджмент международного бизнеса»
主题一：《国际商务管理理论》前言

**Тема 2 Мировое хозяйство, мировая торговля, международное разделение
труда, разновидности международного бизнеса**
主题二：世界经济、世界贸易、国际劳动分工、国际商务类型

**Тема 3 Организационные формы ведения международного бизнеса и
международной кооперации**
主题三：国际商务的组织形态特征及国际公司的概念

Тема 4 Кросскультурные проблемы международного менеджмента
主题四：国际管理的跨文化问题

**Тема 5 Фактор глобализации в международном бизнесе и оценка готовности
Беларуси к глобализации**
主题五：国际商务中的全球化因素和白俄罗斯面临全球化的表现

Раздел 2 ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ТЕХНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

第二章：国际商务业务及外部环境分析方法

Тема 6 Понятие конъюнктуры и экономических циклов в развитии
мировой, региональной и страновой экономик

主题六：在全球、区域及国家经济发展中的经济行情、经济周期的概念

Тема 7 Конкурентоспособность на мировом рынке

主题七：国际市场的竞争问题

Тема 8 Цена и ценовая политика в международном бизнесе

主题八：国际商务中的价格和价格政策

Тема 9 Стратегический менеджмент в международном бизнесе

主题九：国际商务中的战略管理

Тема 10 Международный маркетинг

主题十：国际营销

РАЗДЕЛ 3 МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

第三章：国外市场销售的方法和手段

ТЕМА 11 МЕНЕДЖМЕНТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

主题十一：对外经济活动管理

ТЕМА 12 СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ И КОДИРОВАНИЯ ТОВАРОВ

主题十二：商品识别和编码的国际体系

ТЕМА 13 ЛОГИСТИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

主题十三：国际物流

ТЕМА 14 РОЛЬ СИСТЕМ СТАНДАРТИЗАЦИИ И СЕРТИФИКАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

主题十四：国际贸易中的标准和认证体系的作用

ТЕМА 15 ТОВАРОПРОВОДЯЩИЕ СЕТИ

主题十五：商品运销网

ТЕМА 16 МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНКУРСНЫЕ ТОРГИ И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ

主题十六：国际竞标和国家采购



THANK YOU

谢谢！

Спасибо за внимание