

Белорусский государственный университет



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А.В.Данильченко

«09» сентября 2015г.

Регистрационный № УД 1682 /уч.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности:

1-26 02 02 «Менеджмент» (по направлениям)

Направление специальности

1-26 02 02 - 05 «Международный менеджмент».

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-26 02 02 - 2013, разработанного для высшего образования первой ступени специальности 1-26 02 02 «Менеджмент», квалификации «менеджер-экономист», Типовой учебной программы Международный менеджмент, регистрационный №ТД-Е 227/тип, и учебного плана УВО № Е 26-223/уч. от 30.05.2013 г. по специальности 1-26 02 02 «Менеджмент», направление 1-26 02 02 - 05 «Международный менеджмент».

СОСТАВИТЕЛИ:

В.П.Пугачев, д.т.н., профессор кафедры международного менеджмента;

Б.Н.Паньшин, д.т.н., профессор кафедры экономической информатики.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

Кафедрой международного менеджмента

(протокол №8 от 28 мая 2015г)

Научно-методическим советом Белгосуниверситета

(протокол № 6 от 29.06 2015г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Международный менеджмент» относится к циклу специальных дисциплин учебного плана специальности 1-26 02 02 Менеджмент, направления специальности 1-26 02 02 – 05 Менеджмент (международный) и является дисциплиной государственного компонента.

Данная дисциплина представляет собой системное изложение теоретических основ и практики международного менеджмента, составной частью подготовки студентов по специализации «менеджер-экономист» в контексте управления международным бизнесом и внешнеэкономической деятельностью предприятий и организаций Республики Беларусь.

Цель изучения дисциплины “Международный менеджмент” - получение студентами системных экономических и организационно-управленческих знаний и умений, необходимых для решения задач управления внешнеэкономической деятельностью предприятий и организаций, работающих в условиях современного рынка.

Задачи дисциплины:

овладение студентами основными понятиями, методами и инструментами, а также системным пониманием принципов международного менеджмента;

получение студентами знаний о механизмах управления международным бизнесом в условиях международного разделения труда, интернационализации и глобализации мирового рынка;

приобретение студентами знаний и умений применения науки и искусства международного менеджмента в современной внешнеэкономической деятельности;

формирование у студентов навыков решения управленческих задач при подготовке и осуществлении деятельности предприятий и организаций на внешних рынках;

освоение принципов и инструментов международного менеджмента по анализу современных рынков, в том числе в сфере международной торговли и информационной поддержки экспортно-импортных операций.

В данной дисциплине изучаются следующие темы: основы организации международного бизнеса, концепции и стратегии менеджмента в условиях конкурентной международной среды и глобализации, деятельность иностранных и совместных предприятий на территории Беларуси, развитие товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом, особенности конкурентоспособности белорусских товаров и услуг на внутреннем и внешних рынках, методы формирования и реализации маркетинговых стратегий, рекламы и сбыта, логистики, международные системы качества, стандартизации и сертификации товаров и услуг в соответствии с международными рекомендациями, этика международного бизнеса, применение современных информационных технологий и инструментов электронного бизнеса во внешнеэкономической деятельности и торговле.

В ходе обучения студентов важное внимание уделяется характерным трудностям во внешнеэкономической деятельности предприятий и организаций и формированию у студентов целостного представления о подготовке и принятии практических организационно-управленческих решений по выходу белорусских субъектов хозяйствования на международные рынки в условиях усиливающейся международной конкуренции.

В результате изучения дисциплины “Международный менеджмент” студент должен:

знать:

теоретические основы, этапы развития и важнейшие ключевые понятия и термины современного международного менеджмента и бизнеса;

внешнюю среду современного международного бизнеса;

национальные деловые стереотипы, менталитет и особенности культуры ведущих стран мира;

важнейшие инструменты стратегического планирования и управления в сфере международного бизнеса;

уметь:

анализировать источники экономической и организационно-управленческой информации с целью выявления условий, особенностей и возможностей ведения эффективной внешнеэкономической деятельности в конкретной стране;

делать выбор необходимых методов и инструментов для использования специальных знаний в конкретной организационно-управленческой ситуации;

обосновывать принятие управленческих решений при анализе учебных задач внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования;

обладать следующими компетенциями:

- АК – 1. Владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

-АК – 2. Владеть системным и сравнительным анализом;

-АК – 3. Владеть исследовательскими навыками;

-АК – 4. Уметь работать самостоятельно;

-АК – 5. Быть способным генерировать новые идеи;

-АК – 6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;

-АК – 8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации;

-СЛК – 1. Иметь высокую гражданственность и патриотизм, знать права и соблюдать обязанности гражданина;

-СЛК - 2. Иметь навыки социального взаимодействия;

-СЛК - 3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям;

-СЛК – 5. Уметь критиковать и быть самокритичным;

-СЛК – 6. Уметь работать в команде;

-ПК–14.Принимать эффективные управленческие решения в экономической сфере;

-ПК–16.Уметь анализировать деятельность организации на международных рынках и разрабатывать стратегии их завоевания.

Для диагностики компетенций студентов при изучении данной дисциплины предусматривается текущий контроль знаний, участие в дискуссиях по типовым деловым ситуациям, решение тестовых задач, написание и защита типовых заданий, а так же - итоговая аттестация студентов (зачет).

Для полноценного изучения данной дисциплины студенты должны владеть базовыми знаниями по таким предметам, как «Теоретические основы менеджмента», «Управление организацией» и «Международный бизнес».

Учебный материал структурирован по семнадцати темам. В соответствии с учебным планом по дисциплине читаются лекции, проводятся практические и семинарские занятия, на которых студенты отрабатывают навыки применения методов и инструментов менеджмента в международном контексте.

В информационно-методической части приведены обязательные для использования в обучении нормативные правовые акты, действующие на момент разработки программы. Рекомендуемая основная и дополнительная литература ориентирована на изучение основ международного менеджмента. В списке литературных источников значительную часть составляют международные издания, необходимые для изучения международной деятельности предприятий и организаций.

Дисциплина читается на дневном отделении в 6 семестре студентам первой ступени высшего образования.

Учебным планом УВО № Е 26-223/уч. от 30.05.2013 г. по специальности 1-26 02 02 «Менеджмент», направление 1-26 02 02 - 05 «Международный менеджмент» предусмотрено всего 80 часов, из них 52 аудиторных часа, в том числе 34 часа лекций и 18 часов семинарских занятий.

Форма итоговой аттестации по дисциплине: зачет (в 6 семестре).

Для студентов заочной формы обучения дисциплина преподается в 5 семестре студентам со сроком обучения 5 лет, и, в 3 семестре студентам со сроком обучения 3 года.

Учебными планами УВО № Е 26з-236/уч. и № Е 26з-238/уч. соответственно от 30.05.2013 г. по специальности 1-26 02 02 «Менеджмент», направление 1-26 02 02 - 05 «Международный менеджмент» предусмотрено всего 80 часов, из них 12 аудиторных часов, в том числе 8 часов лекций и 4 часа семинарских занятий.

Форма итоговой аттестации по дисциплине: зачет (в 5 и 3 семестрах соответственно).

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в дисциплину «Международный менеджмент»

Основные понятия и определения. Предмет курса и его составные части. Цели и задачи. Главные факторы и этапы развития менеджмента международного бизнеса, его предпосылки и экономическое содержание. Специфика экспортного менеджмента в современных условиях, базовые компетенции менеджера по международному бизнесу.

Тема 2. Мировое хозяйство и международное разделение труда

Открытая экономика. Экономическая безопасность. Разновидности среды международного бизнеса. Виды правовых систем в международном бизнесе. Роль международных организаций в регулировании международной торговли: ВТО, ЕС, СНГ, Евразийский Экономический Союз.

Тема 3. Организационные формы ведения международного бизнеса и международной кооперации.

Предпосылки международной кооперации в современных условиях. Терминология ведения международного бизнеса. Организационные формы международного бизнеса в странах СНГ и ЕАЭС. Транснациональные компании (ТНК). Виды и организационные формы ТНК. Схемы управления и факторы роста ТНК.

Тема 4. Кросскультурные проблемы менеджмента

Основные элементы кросскультурных проблем. Общие положения. Сущность и определения. Структура кросскультурных проблем. Функции культуры. Значение факторов культурной среды для международного бизнеса. Взаимодействие культуры и бизнеса. Влияние религии на бизнес. Особенности ведения переговоров с иностранными компаниями.

Тема 5. Фактор глобализации в международном бизнесе и оценка готовности Беларуси к глобализации.

Общая характеристика глобализации. Преимущества и недостатки процессов глобализации для организаций и предприятий, участвующих во внешнеэкономической деятельности. Беларусь и глобализация. Последствия глобализации для экономики Беларуси.

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

Общие положения. Основные понятия и определения: Экономическая конъюнктура и ее факторы, конъюнктура товарного рынка. Экономические циклы. Большие циклы Кондратьева. Хозяйственная парадигма и международная конкуренция.

Тема 7. Конкурентоспособность на мировых рынках. Общие положения.

Международная конкурентоспособность. Ключевые факторы конкурентоспособности. Формы, уровни и методы конкуренции. Теоретические модели оценки конкурентоспособности. Факторы национальной конкурентоспособности Беларуси и государственные механизмы повышения конкурентоспособности продукции белорусских предприятий. Инновации как фактор конкурентоспособности. Международные рейтинги конкурентоспособности. Особенности конкурентной борьбы на международных рынках. Инструменты повышения конкурентоспособности лизинг, факторинг и др.

Тема 8. Цена и ценовая политика в международном бизнесе.

Понятие цены. Факторы множественности мировых цен. Мировые цены сырьевых товаров. Определение цены на рынках готовых изделий. Влияние валютного курса на экспортные и импортные цены. Анализ и прогноз мировых цен. Скидки. Порядок формирования экспортной цены. Влияние инфляции на экспортные и импортные цены. Виды ценовой политики. Разработка ценовой стратегии. Проблемы ценообразования. Источники информации о ценах.

Тема 9. Стратегический менеджмент в международном бизнесе

Понятие стратегического менеджмента. Предпосылки и основные определения стратегического менеджмента. Функции и задачи стратегического планирования, краткосрочное и долгосрочное планирование, требования к стратегическому плану. Миссия и стратегические цели предприятия. Методы, инструменты и технологии стратегического менеджмента. Инвестиционное проектирование. Инструменты привлечения инвестиций: кредиты, аренда, лизинг.

Тема 10. Международный маркетинг

Определение маркетинга, сегментирование рынка, аудит рынка, план маркетинга, информация для маркетинговых исследований. Интернет как средство исследования зарубежного рынка. Торговые и информационные сети и центры в системе международного маркетинга. Отраслевая и региональная специфика маркетинга.

Тема 11. Внешнеэкономическая деятельность

Основные понятия и термины. Внешнеэкономические связи (ВЭС) и внешнеэкономическая деятельность (ВЭД). Место и роль ВЭД в экономике страны. Значение ВЭД для современной экономики Беларуси. Новые тенденции и цели делового партнерства во внешнеэкономической деятельности. Многостороннее регулирование торгово-экономических отношений.

Тема 12. Системы международной идентификации и кодирования товаров

Термины и определения. Товарная нумерация. Международная система

товарной нумерации. Система товарной нумерации EAN. Система UCC. Система EAN Беларуси. Штриховая идентификация. Штриховое кодирование. Товарный номер. Штриховой идентификационный код. Депозитарий штриховых кодов. Основные принципы применения внутренних кодов. Идентификационные номера единиц поставки.

Тема 13. Логистика в международном бизнесе

Определение логистики. Функциональные области логистики. Информационные технологии в логистике. Логистический анализ. Закупочная, производственная, распределительная логистика.

Тема 14. Роль систем стандартизации и сертификации в международной торговле

Понятия и определения. Значение сертификации для работы на внешних рынках. Международные организации по сертификации. Международные стандарты ИСО 9000:2000. Экологическая сертификация и маркировка. Требования в отношении этикетирования, маркировки и упаковки. Внедрение стандартов ИСО в Республике Беларусь. Стандарты как фактор инновационности. Сертификация импортных товаров. Проблемы внедрения менеджмента качества на белорусских предприятиях

Тема 15. Товаропроводящие сети

Понятие товаропроводящей сети (ТПС). Общие положения. Назначение ТПС. Формы продвижения товаров на внешние рынки. Формы организации ТПС. Первоочередные мероприятия по совершенствованию ТПС. Мера эффективности системы товародвижения. Современные подходы к организации продвижения товаров. Страховые и инспекторские компании.

Тема 16. Международные конкурсные торги и государственные закупки

Общие сведения о международных торгах и государственных закупках. Методы, формы и процедуры, используемые в конкурсных торгах. Рекомендации международных организаций и форумов по организации и проведению конкурсных торгов. Особенности государственных закупок в развитых и развивающихся странах. Конкурсные торги как элемент международного маркетинга.

Тема 17. Международная торговля услугами

Трансграничная торговля бизнес-услугами: транспортными, финансовыми, страховыми и др.

Международные счета для учета торговли деловыми услугами. Современное состояние и перспективные направления экспорта услуг Республики Беларусь.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА (для дневной формы обучения)

№ раздела и темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Формы Контроля занятий
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Введение в дисциплину «Международный менеджмент»	2						
2	Мировое хозяйство и международное разделение труда Семинарское занятие: роль международного разделения труда в развитии международного бизнеса и международного менеджмента. Сущность и специфика международного менеджмента.	2		2				Устный опрос, Дискуссии по деловым кейсам
3	Организационные формы ведения международного бизнеса и международной кооперации. Семинарское занятие: международная компания как объект управления. Статус и критерии предприятия как международного.	2		2				Тесты
4	Кросскультурные проблемы менеджмента	2						

5	<p>Фактор глобализации в международном бизнесе и оценка готовности Беларуси к глобализации.</p> <p>Семинарское занятие: положительные и негативные аспекты глобализации для белорусской экономики. Важнейшие выводы для белорусских предприятий по развитию экспортной политики.</p>	2						Устный опрос, дискуссии по деловым кейсам
6	<p>Понятие конъюнктуры и экономических циклов в развитии мировой, региональной и страновой экономик.</p>	2						
7	<p>Конкурентоспособность на мировых рынках. Общие положения. Порядок анализа и оценки международной конкурентоспособности товара, предприятия и страны.</p>	2						
8	<p>Цена и ценовая политика в международном бизнесе.</p> <p>Семинарское занятие: формирование цены в международном бизнесе и важнейшие формы расчетов в международной торговле.</p>	2					2	Устный опрос
9	<p>Стратегический менеджмент в международном бизнесе.</p> <p>Семинарское занятие: важнейшие инструменты и методы стратегического менеджмента в международном бизнесе.</p>	2					2	Устный опрос, дискуссии по деловым кейсам
10	<p>Международный маркетинг, сущность и содержание.</p>	2						

	Семинарское занятие: анализ и применение методов международного маркетинга в практике внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий.				2				Дискуссии по деловым кейсам, тесты
11	Менеджмент внешнеэкономической деятельности предприятий.	2							
12	Системы международной идентификации и кодирования товаров. Семинарское занятие: содержание и особенности применения гармонизированной системы описания и кодирования товаров, Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности СНГ.	2			2				Устный опрос, тесты
13	Логистика в международном бизнесе.	2							
14	Роль систем стандартизации и сертификации в международной торговле.	2							
15	Товаропроводящие сети и их роль в развитии белорусского экспорта. Семинарское занятие: товаропроводящие сети важнейших белорусских экспортно-ориентированных предприятий.	2			2				Устный опрос, дискуссии по деловым кейсам
16	Международные конкурсные торги и государственные закупки.	2							
17	Международная торговля услугами. Семинарское занятие: роль и место Республики Беларусь в торговле услугами.	2			2				Тесты
	Итого	34			18				

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА (для заочной формы обучения)

№ раздела и темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Количество часов УСР	Формы контроля занятий
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Введение в дисциплину «Международный менеджмент», установочная лекция. Выдача домашнего задания по подготовке реферата по менеджменту международного бизнеса к очередной сессии.	2							
2	Организационные формы ведения международного бизнеса и международной кооперации. Семинарское занятие: международная компания как объект управления. Статус и критерии предприятия как международного.	2		2				Тесты	
3	Конкурентоспособность на мировых рынках. Общие положения. Порядок анализа и оценки международной конкурентоспособности товара, предприятия и страны.	2							
4	Стратегический менеджмент международного бизнеса.	2							

	<p>Семинарское занятие: важнейшие инструменты и методы стратегического менеджмента в международном бизнесе. Анализ примеров подготовки и реализации экспортно-импортных операций конкретных белорусских предприятий. Основы экспортной политики Республики Беларусь в современных условиях.</p>	8		2				Устный опрос, дискуссии по деловым кейсам
Итого		8		4				

Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

- 1.Паньшин, Б.Н. Менеджмент международного бизнеса: курс лекций /Б.Н.Паньшин. – Минск: БГУ, 2008. –343 с.
- 2.Данильченко, А.В. Международный менеджмент./ А.В.Данильченко, О.Ф.Малашенкова, К.В.Якушенкова. – Минск. 2012.
- 3.Паньшин, Б.Н. Электронная торговля: теория и практика: курс лекций / Б.Н.Паньшин. –Минск: БГУ, 2009. –383 с.
- 4.Паньшин, Б.Н. Управленческий консалтинг: курс лекций / Б.Н.Паньшин, О.В.Сивенков, К.В.Шестакова; под общ. ред. Б.Н.Паньшина. – Минск: БГУ, 2009. –216с.
- 5.ГоШухун, Паньшин,Б.Н., Зубарев,А.Е. / Свободные экономические зоны в Китае: итоги и перспективы развития. Теория и практика/ ГоШухун, Б.Н. Паньшин, А.Е.Зубарев. –Минск: Изд. центр БГУ, 2012. –159 с.
6. Сейфуллаева, М.Э. Международный менеджмент / М.Э. Сейфуллаева – М., 2012.

Дополнительная литература

- 1.Ансофф,И. Стратегическое управление / И. Ансофф. –М.:Экономика,2009.
- 2.Бауэрсокс,Д. Логистика. Интегрированная цепь поставок, = Logistical Management: TheIntegrated SupplyChainProcess/ Д. Бауэрсокс. –М: Олимп-Бизнес, 2005. –640 с.
- 3.Винсема,Х. Стратегический менеджмент / Х. Винсема. –М., 2003
- 4.Гвишиани,Д.М. Организация и управление / Д. М. Гвишиани. – М., Наука, 1972.
- 5.Гринспен,А. Эпоха потрясений. –М.: Альпина-Юнайтед Пресс, 2010; –520с.
- 6.Друкер,П.Управление,нацеленное на результаты:Пер.сангл.–М.,2009.
- 7.Друкер,П.Эффективный управляющий.–М.,2009.
- 8.Друкер,П.Ф.Задачи менеджмента в XXI веке. Пер.сангл.–М.:Вильямс,2010.
- 9.Дэниэлс,Дж.Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / пер. с англ., 6-е изд. -М.: Дело Лтд, 1997.
- 10.Дюмулен,И.И. Международная торговля услугами / И.И. Дюмулен. –М.: Экономика, 2003. –315 с.
- 11.Евтухов,В.С. Международный менеджмент: учеб. пособие. –Гомель: МИТСО, 2001. –395 с.
- 12.Егоршин,А.П.Карьера одаренного менеджера.–М.:КноРус,2011.
- 13.Кови,С.Р.Семь навыков высокоэффективных людей–М.:Альпина Бизнес Букс,2011.
- 14.Котлер,Ф.Маркетинг менеджмент.Экспресс-курс.–СПб.:Питер,2010.
- 15.Кристофер,М. Логистика и управление цепочками поставок, Logistics and Supply Chain Management, Спб: Питер, 2004. –320 с.
- 16.Ламбен,Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. –М.: КноРус,2009.
- 17.Линдерс,М.Р. Управление снабжением и запасами. Логистика - Purchasing and Supply Management. –М.: Виктория-плюс, 2002. –768 с

18. Мазур, И. И. Управление проектами. – М.: Юрист-Гардарика, 2011.
19. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2004, 2009. – 702 с.
20. Парахина, В. Н. Стратегический менеджмент. – М.: КноРус, 2010. 13
21. Попов, С. Г. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Особенности менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / С. Г. Попов. – 2-е изд., доп. – М. Ось – 89, 1999. – 288 с.
22. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
23. Пивоваров, С. Э. Международный менеджмент. – СПб.: Питер, 2010. – 720 с.
24. Саймон, Г. А. Менеджмент в организациях. – М.: Экономика, 2005.
25. Тейлор, Ф. У. Менеджмент. – М.: Контроллинг, 2009.
26. Тейлор, Ф. У. Принципы научного менеджмента. – М., 2009.
27. Томпсон, А. А., Стрикленд, А. Дж. Стратегический менеджмент. – М.: ЮНИТИ, 2010.
28. Траут, Дж., Райс, Э. Маркетинговые войны. – М., 2008. – 304 с.
29. Траут, Дж., Райс, Э. Позиционирование. Битва за умы. – СПб.: Питер, 2009. – 336 с.
30. Управление организацией: учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатиной. – М.: ИНФРА-М, 2006.
31. Управление персоналом организации / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: Инфра-М, 2011.

Электронные источники:

<http://www.logist.ru>
<http://www.e-executive.ru>
<http://www.sitmag.ru>
<http://madi.ru/logistics>

Рекомендуемые сайты:

1. <http://www.elalog.org> – Европейская ассоциация логистики.
2. <http://www.cia-center.ru> – Информационный портал «Все о логистике».
3. <http://www.malog.org> – Международный центр логистики
4. <http://www.madi.ru/logistics> – Координационный Совет по логистике
5. www.ispu.ru/library/tqm/book/glava8/ls8_19.htm
6. www.customs.gov.by – журнал «Таможня и ВЭД»
7. www.profmedia.by – журнал «Валютное регулирование и ВЭД»
8. www.gb.by – журнал «Главный бухгалтер»
9. www.grevtsov.by – издание «Юрист» агентства Гревцова
10. www.tppm.by – торгово-промышленная палата, консультации по ВЭД
11. www.merchanconsult.com – Merchant Consult Group – консультации по ВЭД
12. www.icetrade.by – информация о конкурсных торгах.
13. www.export.by – информация по вопросам экспорта.
14. www.valex.net – консалтинг.
15. www.tradepoint.org/ – World Trade Point Federation
16. www.usitc.gov/ – International Trade Commission
17. www.wto.org/ – World Trade Organization
18. www.ec.europa.eu/index_en.htm – European Commission
19. <http://www.cis-industry.biz> – Торгово-промышленная площадка СНГ

80296538316