

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«Международный менеджмент и маркетинг»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения учебной дисциплины**

Формирование системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для управления маркетинговой деятельностью в международных компаниях, осуществление в этих хозяйственных формированиях основных функций менеджмента - планирования, организации, управления персоналом, коммуникации, мотивации, управления, контроля.

**1.2. Задачи учебной дисциплины:**

- выявить роль и значение международного менеджмента и маркетинга в деятельности современных предприятий;
- охарактеризовать современные маркетинговые стратегии;
- научить анализировать основные особенности управления маркетинговой деятельностью ТНК;
- освоить подходы к разработке комплекса маркетинговых мероприятий на предприятии при осуществлении мбеждународной деятельности;
- сформировать у студентов умение грамотно анализировать ситуации, в которых оказывается предприятие, работающее на международном рынке;
- научить использовать полученные знания при анализе перспектив выхода предприятия на внешний рынок, при составлении внешнеторговых контрактов, при подготовке переговоров с иностранными партнерами.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина «Международный менеджмент и маркетинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части профессионального цикла.

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

При изучении дисциплины требуются знания и умения, полученные при изучении дисциплин «Экономика», «Социально-экономическая география», «История управленческой мысли», «Международные организации», «Мировое хозяйство и международные экономические отношения», «Международный менеджмент». Полученные знания и умения при освоении дисциплины «Международный менеджмент и маркетинг» необходимы для изучения дисциплин: «Международный рынок товаров и услуг», «Коммуникационные процессы в международном бизнесе», «Международные кредитно-расчетные и валютные операции», «Управленческая экономика» «Международная экономическая безопасность».

**ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОПК-8	Способность оценивать эффективность и результативность	<b>Знать:</b> - сущность и роль международного менеджмента и маркетинга в современных условиях, историю и этапы становления:

	внедрения нововведений	<p>- современные подходы к организации профессиональной деятельности менеджера на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий при работе в многонациональной среде.</p> <p><b>Уметь:</b> Анализировать перспективные направления развития международного бизнеса с учетом современных тенденций в менеджменте и маркетинге</p> <p><b>Владеть:</b> методами и приемами управления организациями с учетом особенностей международной среды;</p>
ОПК-9	Способность разработать бренд (предприятия, продукции, услуги)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конкретные проблемы, связанные с управлением международными компаниями на различных международных рынках;</li> <li>- основные типы организационных структур в международной бизнес-деятельности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать систему менеджмента и маркетинга организации с учетом масштабов и направлений деятельности;</li> <li>- определять функции и обязанности основных подразделений менеджмента и маркетинга международной компании;</li> <li>- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками участия в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации (компании) в сфере внешней торговли и международного бизнеса;</li> <li>- способностью всесторонне анализировать статистическую и финансовую отчетность с целью определения конкурентных форм международного бизнеса и количественного прогнозирования конъюнктуры мировых рынков</li> </ul>

## Раздел 1. Раздел 1. Теоретико - методологические аспекты международного менеджмента и маркетинга

Тема 1.1. Современные концепции международного менеджмента и маркетинга.

Тема 1.2. Среда международного менеджмента и маркетинга

Тема 1.3 ТНК как основной субъект международной бизнес- деятельности.

Тема 1.4. Торговые операции ТНК на международных рынках

## Раздел 2. Практические аспекты осуществления международного

## **менеджмента и маркетинга.**

Тема 2.1 Стратегии выбора фирмой способов выхода на внешний рынок

Тема 2.2. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке.

Тема 2.3. Анализ конкурентной среды и оценка конкурентоспособности фирмы и товара на зарубежном рынке.

Тема 2.4. Управление ценообразованием в международной деятельности

Тема 2.5. Сбытовая политика в системе международного маркетинга

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинг (элементы социально-психологического тренинга)), проблемное обучение.

### **Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

*Кулешова Л.В., к.э.н. доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности*