

## АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 Методы стратегического управления  
международными компаниями

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 часов для студентов ЗФО, в том числе контактная работа 12,2 часа: лекционных 4 час., практических 8 час., 0,2 ч. - ИКР; 92 часа самостоятельной работы; контроль – 3,8 ч.).

**Цель освоения дисциплины:** формирование знаний у будущих магистров по проблемам определения специфики и общих управленческих ориентиров в области стратегического управления международными компаниями, представляющего собой современную философию бизнеса, изучающую возможности удовлетворения потребностей зарубежных рынков на основе применения современных инструментов и концепций.

### Задачи:

- обеспечение усвоения теоретических основ и закономерностей развития стратегического управления международными компаниями, его современных методов;
- формирование знаний о содержании и развитии сферы стратегического управления, его концепциях и инструментах в практике международных компаний;
- формирование понимания содержания и сущности инструментов в области стратегического управления международными компаниями;
- решение проблем, связанных с оценкой собственного положения компании на зарубежном рынке, разработкой товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики международной компании;
- овладение профессиональной терминологией и навыками обоснования и выбора методов стратегического управления международными компаниями;
- формирование у студентов навыков самостоятельной и аналитической работы проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

### Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Методы стратегического управления международными компаниями» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока Б1.В.ДВ.2 «Дисциплины по выбору» учебного плана ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент «Международный бизнес».

Курс опирается на общеэкономические и методологические дисциплины – Международный бизнес в условиях глобализации, Современные технологии менеджмента, Деловые коммуникации в менеджменте, Теория организации и организационное поведение.

Дисциплина в свою очередь, дает знания и умения, которые являются необходимыми для усвоения следующих дисциплин: Практикум по международному бизнесу, Организационное развитие международных компаний, Финансирование и управление рисками проектов в международном бизнесе, др.

### Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-6, ПК-9.

| № п.п. | Индекс компет енции | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны |       |         |
|--------|---------------------|---------------------------------------|---|-------|---------|
|        |                     |                                       | знать   | уметь | владеть |

|   |      |   |  |   |  |
|---|------|---|--|---|--|
| 1 | ПК-6 | способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями | передовые научные разработки отечественных и зарубежных исследователей в области стратегического управления международными компаниями          | интерпретировать сведения об актуальных проблемах стратегического управления международными компаниями, полученные в ходе изучения результатов исследований отечественных и зарубежных ученых, к практике работы компаний   | представлять выводы и обобщения научных исследований в сфере развития теории и практики стратегического управления международными компаниями   |
| 2 | ПК-9 | способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой   | методику проведения исследования стратегического управления международными компаниями на основе предварительно разработанной программы (плана) | уметь использовать систему знаний о проведении исследования концепции и инструментов стратегического управления международными компаниями на основе разработанного плана для решения практических задач, связанных с эффективной международной деятельностью компании | навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой (планом) в области обоснования концепции и выбора инструментов стратегического управления международными компаниями |

### Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 5 курсе, ЗФО

| № раздела | Наименование разделов (тем)  | Количество часов |                   |    |    |                        |
|-----------|--|------------------|-------------------|----|----|------------------------|
|           |  | Всего            | Аудиторная работа |    |    | Самостоятельная работа |
|           |  |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                        |
| 1         | 2  | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                      |
| 1.        | Понятие стратегического управления международными компаниями             | 20               | 1                 | 1  | -  | 18                     |
| 2.        | Инструменты и среда стратегического управления международными компаниями | 20               | 1                 | 1  |    | 18                     |

| №<br>раздела                | Наименование разделов (тем)  | Количество часов |                   |          |          |                              |
|-----------------------------|--|------------------|-------------------|----------|----------|------------------------------|
|                             |  | Всего            | Аудиторная работа |          |          | Самостоятельная работа<br>СР |
|                             |  |                  | Л                 | ПЗ       | ЛР       |                              |
| 3.                          | Товарная и ценовая политика в международном маркетинге   | 21               | 1                 | 2        |          | 18                           |
| 4.                          | Распределительная и коммуникативная политика в международном маркетинге  | 21               | 1                 | 2        | -        | 18                           |
| 5.                          | Реализация концепции и выбор инструментов стратегического управления международными компаниями в практике российских и зарубежных компаний | 22               | -                 | 2        |          | 20                           |
| <b>Итого по дисциплине:</b> |  |                  | <b>4</b>          | <b>8</b> | <b>-</b> | <b>92</b>                    |

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СР – самостоятельная работа

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет*

**Основная литература:**

1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 270 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7127-9. Электронный ресурс:

<https://biblio-online.ru/viewer/7402B3EF-9CC9-4B59-91C1-A614DF864325#page/6>

2. Международный бизнес: Учебное пособие/Михалкин В.А. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. Электронный ресурс: <http://znanium.com/bookread2.php?book=538869>

3. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. Электронный ресурс: <http://znanium.com/bookread2.php?book=390294>

4. Синяева, И.М. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 240 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77281>. — Загл. с экрана

\*Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечной системе «Юрайт», «Лань» и «Znanium.com».

Авторы РПД:

Александрова Е.Н., к.э.н., доц.