

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

В.Н.Шимов

“22” . 05 2014 г.

Регистрационный № УД 1341-14 /баз.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности

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

2014

Составители:

Беляцкий Н.П., заведующий кафедрой организации и управления Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Руденков В.М., профессор кафедры Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор технических наук, профессор;

Тихоненко Т.П., доцент кафедры организации и управления Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Рецензенты:

Турбан Г.В., заведующий кафедрой международного бизнеса Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Ивуть Р.Б., заведующий кафедрой экономики и логистики Белорусского национального технического университета, доктор экономических наук, профессор.

Рекомендована к утверждению:

Кафедрой организации и управления Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 05.02.2014г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 4 от 09 . 04 .2014г).

Ответственный за редакцию: Тихоненко Т.П.

Ответственный за выпуск: Тихоненко Т.П.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Базовая программа разработана в соответствии со стандартами специальностей экономического профиля, утвержденными Министерством образования Республики Беларусь.

Целью дисциплины является изучение теории, практики, способов, инструментов построения системы управления поведением людей в их совместной деятельности в международной организации.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретической и методологической основы управления в системе международного менеджмента;
- овладение приемами анализа и процедурами принятия управленческих решений;
- освоение мирового опыта стратегического управления компанией.

Предмет дисциплины – раскрыть сущность и содержание организационных и экономических методов управления международной организацией.

В результате изучения дисциплины обучаемый должен

знать:

- формы и направления международного сотрудничества, типы международных компаний;
- типовые структуры управления в международном бизнесе, особенности управления международной компанией, методологическую базу развития организаций;
- особенности стратегического управления в международной компании;
- характеристики организационной культуры, влияние культурных особенностей на организационную культуру и коммуникационные процессы;
- особенности международного менеджмента персонала.

уметь:

- научиться определять типичные проблемы, связанные с выходом на зарубежные рынки;
- проводить комплексную оценку потенциальных стратегических партнеров;
- разрабатывать организационную структуру СП, зарубежных филиалов ТНК;
- организовывать и проводить международные переговоры;
- проводить подбор кадров для международной компании.

иметь навыки:

- управления циклом решения проблем международных компаний.

Всего часов по дисциплине 144, из них всего часов аудиторных 56, в том числе 32 часов лекции, 24 часов – семинарские занятия.

Рекомендуемая форма контроля – экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ темы	Наименование разделов, тем	Количество часов	
		Лекции	Семинарские занятия
Раздел 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА			
1.1.	Сущность и содержание международного менеджмента	1	2
1.2.	Глобализация бизнеса и факторы международной среды	1	
Раздел 2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА			
2.1.	Формы и направления международного сотрудничества	2	2
2.2.	Международная компания как объект управления	2	2
2.3.	Организационные структуры управления международными компаниями	2	2
2.4.	Переход контроля над деятельностью компаний	2	2
Раздел 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ			
3.1.	Общая характеристика международного стратегического менеджмента	2	
3.2.	Разработка и выполнение стратегии международной компании	2	2
Раздел 4. ТЕХНОЛОГИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА			
4.1.	Культура и коммуникации в системе международного менеджмента	2	2
4.2.	Этика в международном бизнесе	2	2
Раздел 5. СТРАНОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ			
5.1.	Страновой менеджмент	6	4
5.2.	Система функций мультикультурного менеджмента персонала	2	
Раздел 6. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖФИРМЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ			
6.1.	Проблемы международного бизнеса, связанные с законодательством принимающего государства	2	2
6.2.	Роль государства в развитии зарубежного предпринимательства	2	2
6.3.	Контроль за концентрацией капитала	2	
Итого		32	24

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 1.1 Сущность и содержание международного менеджмента

Сущность международного менеджмента и его характерные черты. Понятие международного менеджмента. Мультикультурный менеджмент. Отличия международного менеджмента от национальной модели управления бизнесом.

Задачи международного менеджера. Международная команда.

Тема 1.2 Глобализация бизнеса и факторы международной среды
Международный менеджмент и международный бизнес. Факторы внешней среды. Цели международной интеграции. Интернационализация. Корпоративный бизнес. Международный менеджмент в условиях глобализации экономики. Позитивные и негативные последствия глобализации.

Раздел 2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА

Тема 2.1. Формы и направления международного сотрудничества

Сравнительный анализ форм корпоративной интеграции в международном бизнесе. Международный стратегический альянс. Многонациональная компания. Совместное предприятие.

Направления международного сотрудничества. Формы международного научно-технического сотрудничества. Международное производственное сотрудничество.

Тема 2.2. Международная компания как объект управления

Отличия международной компании от других форм бизнеса. Понятия материнской компании, филиала, дочерней компании, ассоциированной компании. Роль международных компаний.

Типы международных компаний. Транснациональные компании (ТНК) и многонациональные компании (МНК). Определение национальности ТНК. Расширение возможности ТНК.

Эволюция перехода национальной компании в статус международной. Этапы развития отношений материнской компании с зарубежными филиалами.

Типовые структуры управления международной компанией: финансовая группа, конгломерат, концерн.

Холдинговая структура организации международной компании.

Международные финансово-промышленные группы. Финансово-промышленные группы США, Германии, Японии, Южной Кореи, России.

Тема 2.3. Организационные структуры управления международными компаниями

Развитие организационных структур под влиянием меняющихся стратегий.

Новые формы организационного развития. Сетевые структуры. Стратегический альянс как форма межорганизационного соглашения. Стадии развития стратегического альянса. Модели координации и контроля в стратегическом альянсе.

Тема 2.4. Переход контроля над деятельностью компаний

Формы перехода контроля над деятельностью компании. Понятие и характеристика слияний и поглощений. Основные инструменты, используемые в борьбе за корпоративный контроль.

Факторы, влияющие на развитие рынка слияний и поглощений.

Раздел 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 3.1. Общая характеристика международного стратегического менеджмента

Содержание, структура, особенности стратегического управления международной компанией.

Миссия международной компании, ее функции. Примеры миссий ведущих компаний.

Особенности стратегического планирования в международной компании: процесс стратегического планирования, система стратегического планирования, распределение функций стратегического планирования. Проблемы, возникающие при разработке стратегических планов.

Стратегические решения в международном бизнесе. Требования к стратегическим решениям. Решение о выборе сферы деятельности на внешнем рынке. Решение о выборе принимающей страны. Решение о способе выхода на зарубежный рынок. Критерии выбора зарубежного партнера.

Тема 3.2. Разработка и выполнение стратегии международной компании

Подходы к построению стратегии международной компании. Классификации стратегий. Характеристики стратегий. Основные факторы успеха современной стратегии. Характерные черты современной стратегии.

Взаимосвязь стратегии и структуры управления.

Разработка международной маркетинговой стратегии. Факторы, определяющие выбор маркетинговой стратегии. Классификации маркетинговых стратегий. Маркетинговые стратегии международного лидерства.

Особенности планирования и организации международных рекламных кампаний. Участники международных рекламных кампаний. Функции головной компании и филиалов при проведении рекламной кампании. Методы управления рекламными кампаниями. Основные элементы политики в области рекламы.

Гибридная стратегия участников международных альянсов. Зависимость типа стратегии от вида инновации. Примеры гибридной стратегии.

Стратегические изменения в международной компании: типы, причины, области проведения. Эффективность организационных изменений. Причины сопротивления изменениям.

Раздел 4. ТЕХНОЛОГИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 4.1. Коммуникации и культура в системе международного менеджмента

Кросс-культурный анализ коммуникаций в системе международного менеджмента. Коммуникационные барьеры: языковые барьеры, невербальное общение, восприятие, стереотипы, обстоятельства времени и места, информация в системе управления, этноцентризм и др.

Национальные стереотипы в деятельности международного менеджера: американский, английский, немецкий, французский национальные стереотипы, стереотип, характерный для стран Ближнего и Среднего Востока, китайский и японский национальный стереотипы.

Переговоры как система. Переговоры как процесс. Программа переговоров. Позиции сторон на переговорах. Условия ведения успешных переговоров. Подходы к решению проблем, возникающих в процессе переговоров.

Мультикультурные особенности менеджмента. Культурные различия и ценностные ориентации. Понятие национальной культуры.

Системный подход к изучению национальных особенностей в культуре.

Тема 4.2. Этика в международном бизнесе

Деловая этика как система ограничений бизнеса. Принципы деловой этики. Этические принципы международного менеджмента: национальная специфика в вопросах пола, этноса, религии.

Понятие репутации предприятия.

РАЗДЕЛ 5. СТРАНОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 5.1. Страновой менеджмент

Региональные особенности решения управленческих задач.

Характерные признаки и особенности японской, корейской, китайской, европейской, американской системы управления.

Тема 5.2. Система функций мультикультурного менеджмента персонала

Формирование международной команды.

Стиль работы международной команды. Приоритетность стилей управления в различных странах.

Раздел 6. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖФИРМЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ

Тема 6.1. Проблемы международного бизнеса, связанные с законодательством принимающего государства

Типичные проблемы международного бизнеса, связанные с национальным законодательством. Подходы международных компаний по решению возникающих проблем. Мероприятия международных компаний по предотвращению конфликтов с правительствами.

Лоббирование решений в правительстве принимающей страны. Коррупция и взяточничество: отраслевой и региональный аспект. Многосторонние договоры о борьбе с коррупцией. Международные организации, борющиеся с коррупцией. Социальная ответственность международных компаний.

Тема 6.2. Роль государства в развитии зарубежного предпринимательства

Средства государственного регулирования инвестиционной активности международных компаний. Характерные черты программ привлечения иностранных инвесторов.

Тема 6.3. Контроль за концентрацией капитала

Сфера действия законодательства о конкуренции. Понятия недобросовестной конкуренции и ограничительной деловой практики. Антимонопольное законодательство: европейская модель, американская модель. Требования законодательства к вертикальным, горизонтальным и конгломератным слияниям (поглощением). Примеры слияний ведущих компаний.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Белорусов, А.С. Международный менеджмент/ А.С. Белорусов. – М., 2007.
2. Владимирова, И.Г. Международный менеджмент /И.Г. Владимирова. – М., 2011.
3. Кузьмина, Т. И. Международный менеджмент. Управление в международных компаниях : учебник / Т. И. Кузьмина. – М., 2004.
4. Пивоваров, С. Э. Международный менеджмент: учебник / С. Э. Пивоваров, Л. С. Тарасевич, А. И. Майзель. – СПб., 2010.
5. Тихоненко, Т.П. Международный менеджмент. Практикум/ Т.П.Тихоненко – Минск, 2003.
6. Шевченко, Б.И. Международный менеджмент. Управление международной компанией /Б.И. Шевченко. – М., 2010.

Дополнительная:

7. Беляцкий, Н.П. Креативные методы решений/ Н.П. Беляцкий, Б. Войзниц. – Минск, 2012
8. Беляцкий, Н.П. Управление персоналом: учебник/ Н.П. Беляцкий. – Минск, 2008.
9. Бенедикт, Р. Хризантема и меч. Модели японской культуры/ Р. Бенедикт. – М., 2007.
10. Бобина, М.А. Международный бизнес: Стратегия альянсов/ М.А. Бобина, М.В. Грачев.– М., 2006.
11. Виханский, О.С. Менеджмент/О.С. Виханский, А.И.Наумов. – М., 2006.
12. Володько, В.Ф. Международный менеджмент/ В.Ф. Володько. – Минск, 2008.
13. Герчигова, И.Н. Менеджмент/ И.Н. Герчигова. – М., 2010.
14. Гриффин, Р. Международный бизнес/ Р. Гриффин, М. Пастей. – СПб., 2006.
15. Грушевская, Т.Г. Основы межкультурных коммуникаций/ Т.Г. Грушевская. –М., 2003.

16. Гурова, И.П. Этика международных экономических отношений/ И.П. Гурова. – М., 2004.
17. Карпухина, Е.А. Международные стратегические альянсы/ Е.А. Карпухина. – М., 2004
18. Климович, Л.А. Конкурентоспособность международной компании/ Л.А. Климович. – Минск, 2003.
19. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию/ Р.Д. Льюис. – М., 2001.
20. Родченко, В.В. Международный менеджмент/ В.В. Родченко. – Киев, 2002.
21. Рутко, Д.Ф. Международный менеджмент/ Д.Ф. Рутко – Минск, 2008.
22. Сравнительный менеджмент/ Под ред. С.Э. Пивоварова. – СПб., 2006.
23. Тромпенаарс, Ф. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса/ Ф. Тромпенаарс, У. Хампден- Тернер. – Минск, 2004.