

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра менеджмента

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н. Хайруллина М. В.
“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Европейский маркетинг и менеджмент

Образовательная программа: 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа: Международный менеджмент

Курс: 1, семестр : 2

Факультет бизнеса,

		Семестр
№	Вид деятельности	2
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	3
2	Всего часов	108
3	Всего занятий в контактной форме, час.	50
4	Лекции, час.	18
5	Практические занятия, час.	18
6	Лабораторные занятия, час.	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	10
8	Аттестация, час.	2
9	Консультации, час.	12
10	Самостоятельная работа, час.	58
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)	КР
12	Вид аттестации	Э

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 38.04.02 Менеджмент

ФГОС введен в действие приказом №322 от 30.03.2015 г. , дата утверждения: 15.04.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная, по выбору студента

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 38.04.02 Менеджмент

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

КМ, протокол заседания кафедры №6 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.э.н. Шалик К. К.

Заведующий кафедрой:

доцент, д.э.н. Борисова А. А.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Борисова А. А.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ПК.5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; в части следующих результатов обучения:
31. знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации
33. знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
<i>Европейский маркетинг и менеджмент</i>	
ПК.5.31 знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации	
1.О многообразии и особенностях реализации функций управления в международной среде.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
2.О глобализации и влиянии на развитие мировой и национальных экономик.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
3.О роли культурных факторов в транснациональных корпорациях и совместном предпринимательстве.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
4.О культурных составляющих управления персоналом.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
5.Об организации стратегического управления и стратегическом планировании в международных фирмах.	Лекции; Практические занятия
6.Об управлении финансами и инвестициями в международных фирмах.	Лекции; Практические занятия
7.О международном налоговом планировании.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
8.Об организационном развитии многонациональных компаний.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
9.Основные принципы экономики, организации и управления международным бизнесом.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
10.Основные теоретические и методологические подходы к организации и управлению международным бизнесом	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
11.Ключевые характеристики системы управления международным бизнесом.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
12.Методы исследования международной бизнес-среды.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
13.Организационное строение, формы деятельности и взаимодействия международных компаний, финансово-промышленных групп и стратегических альянсов	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
14.Методы и принципы управления международными компаниями	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
15.Методы повышения конкурентоспособности компаний за счет междоународного ведения операций.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
16.Выявлять, анализировать и интерпретировать экономическую информацию.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
17.Свободно ориентироваться в дискуссионных проблемах организации и управления междоународным бизнесом	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
18.Выявлять особенности осуществления различных функций управления на междоународном предприятии.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
19.Оценивать возможности осуществления той или иной международной деловой операции;	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

ПК.5.33 знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации	
20. О специфике межкультурной коммуникации и культурных основаниях конфликтов.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
21. О национальных моделях менеджмента и их особенностях.	Лекции; Практические занятия
22. О современных технологиях международного менеджмента.	Лекции; Практические занятия
23. Об управлении человеческими ресурсами и этике в международном бизнесе.	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
24. Оценивать риски, связанные с международным инвестированием	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
25. Эффективно взаимодействовать со всеми участниками международного бизнеса на основе учета различий в национальных деловых культурах и моделях менеджмента	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
26. Принимать оптимальные управленческие решения в сфере международного бизнеса	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 2				
Дидактическая единица: Введение в международный менеджмент				
1. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную модель. Факторы глобализации международного бизнеса. Роль международных компаний в глобализации бизнеса.	0	2	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты конспектируют материалы лекции, отвечают на вопросы, участвуют в дискуссии Практическое занятие 1 Глобализация экономики: новые возможности между-народного бизнеса и задачи междуна-родного менеджмента. Вопросы 1. Основные направления глобализации экономики 2. Социальные последствия глобализа-ции, ее противоречия и ограничения 3. Глобализация: противоречия культур и борьба за ценности в информационной экономике. 4. Глобализация и необходимость фор-мирования новой модели менеджмента: превращение национальной модели в международную. 4. Задачи международного менеджмента и требования, предъявляемые к гло-бальному менеджеру 5. Современные тенденции междуна-родного менеджмента.

2. Место и роль курса международного менеджмента в управленческой подготовке.	0	2	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты конспектируют материалы лекции, отвечают на вопросы, участвуют в дискуссии по теме " Анализ внеш-ней среды международного бизнеса" Вопросы: 1. Анализ международного бизнес-окружения: виды рисков 2. Методы оценки политических и эконо-мических рисков. 3. Риски в коммерческой деятельности фирмы на мировом рынке и способы их минимизации.
3. Анализ внешней среды международного бизнеса. Международные политические и экономические институты. Международное право. Влияние национальных культур.	0	2	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты конспектируют материалы лекции, отвечают на вопросы, участвуют в дискуссии
Дидактическая единица: Современные технологии международного менеджмента				
4. Организационно-правовые формы международного бизнеса	0	4	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты конспектируют материалы лекции, отвечают на вопросы, участвуют в дискуссии на тему " Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте. " Вопросы 1. Специфика, цели и мотивы международного предпринимательства. 2. Теоретические основы интернационализации бизнеса. Стадии интернационализации. 3. Типология стратегических подходов в международном менеджменте.

5. Интегрированные корпоративные структуры в международном биз-несе. Цели международной интеграции. Формы многонациональных компаний.	0	4	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты конспектируют материалы лекции, отвечают на вопросы, участвуют в дискуссии на тему ! Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития" Вопросы: 1. Роль ТНК и их особенности. Предпо-сылки формирования глобальных ТНК. Модель и индекс транснационализации 2. Мотивация и эволюция транснацио-нальных корпораций. 3. Организационное строение ТНК и их классификация. 4. ТНК как эффективная форма между-народного предпринимательства. 5. Американские транснациональные корпорации в мировой экономике. 6. Отличительные черты европейских ТНК. 7. Особенности ТНК индустриально развитых стран Азии. 8. Российские ФПГ и зарубежные ТНК: сравнительный анализ
Дидактическая единица: Организация и стратегическое управление в международных фирмах				
6. Стратегическое планирование в международной фирме	0	4	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты отвечают на вопросы кейса, используя методы анализа внешней среды

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 2				
Дидактическая единица: Введение в международный менеджмент				

1. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента.	2	2	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты осуществляют анализ внешней среды международного бизнеса на примере организации, описанной в кейсе и отвечают на вопросы: 1. Методы оценки политических и экономических рисков. 2. Риски в коммерческой деятельности фирмы на мировом рынке и способы их минимизации.
Дидактическая единица: Современные технологии международного менеджмента				
2. Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте	0	2	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты отвечают на вопросы, осуществляется презентация докладов по материалам лекции, 1. Специфика, цели и мотивы международного предпринимательства. 2. Теоретические основы интернационализации бизнеса. Стадии интернационализации. 3. Типология стратегических подходов в международном менеджменте.
3. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития	2	4	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты отвечают на вопросы, осуществляется презентация докладов по материалам лекции,
4. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений	0	2	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты отвечают на вопросы, осуществляется презентация докладов по материалам лекции,
Дидактическая единица: Организация и стратегическое управление в международных фирмах				
5. Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики.	2	4	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты отвечают на вопросы, осуществляется презентация докладов по материалам лекции,
6. Анализ внешней среды международного бизнеса	4	4	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Студенты отвечают на вопросы, осуществляется презентация докладов по материалам лекции,

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 2				

1	Курсовая работа	1, 10, 14, 15, 16, 17, 2, 3, 4, 7, 8, 9	30	6
Подготовка к написанию курсовой работы: выбор темы, изучение литературы по данной теме, написание работы, сдача на проверку преподавателю согласно учебного плана, корректировка работы при необходимости, получение оценки. : Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к занятиям	1, 12, 13, 14, 15, 2, 23, 24, 25, 26, 3, 4	20	4
Подготовка к практическим занятиям: знать основные термины по рассматриваемой теме, распечатать раздаточный материал, ответить на вопросы для обсуждения, приведенные в методических указаниях "Основы теории управления" по изучаемой теме, подготовка презентации либо отчета по выбранной теме. : Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана.				
3	Подготовка к аттестации	1, 10, 11, 12, 17, 18, 19, 2, 20, 3, 4, 9	8	2
Изучение литературы и подготовка к аттестации по дисциплине : Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана.				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail; Портал НГТУ; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Консультирование	e-mail; Портал НГТУ; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Контроль	e-mail; Портал НГТУ; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Размещение учебных материалов	e-mail; Портал НГТУ; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
---	-----------	-------------------

Семестр: 2		
Лекция:	15	30
Контролирующие материалы приводятся в "Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана."		
Практические занятия:	15	30
Контролирующие материалы (список вопросов тесты) приводятся в "Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана."		
Курсовая работа: Итого	0	100
Контролирующие материалы приводятся в "Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана."		
Экзамен:	20	40
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646 . - Загл. с экрана."		

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
		Защита КР/КР	Экзамен
ПК.5	з1. знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации	+	+
	з3. знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Багиев Г. Л. Международный маркетинг : учебник по специальности "Маркетинг" / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. - СПб. [и др.], 2009. - 688 с. : ил., табл.
2. Международный маркетинг-менеджмент : методические указания / Новосиб. гос. техн. ун-т ; [сост.: Л. И. Дмитриева, К. К. Шалик]. - Новосибирск, 2017
3. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-30-8, 500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390294> - Загл. с экрана.
4. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-30-8, 500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php> - Загл. с экрана.
5. Менеджмент.: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 5-е изд., стер. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 576 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0164-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php> - Загл. с экрана.

Дополнительная литература

1. Никулина Н. Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика : [учебное пособие для вузов по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Менеджмент организации"] / Н. Н. Никулина, Д. В. Суходоев, Н. Д. Эриашвили. - М., 2009. - 511 с. : табл.
2. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. - М., 2000. - 412 с.

3. Менеджмент. В 3-х кн. Кн. 3. Управление семьей, домашним хозяйством, персональный менеджмент: Избранные статьи / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 263 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Менеджмент). (обложка) ISBN 978-5-16-006235-8, 100 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php> - Загл. с экрана.

Интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : российский информационно-аналитический портал. - ООО НЭБ, 2000-2017. - Режим доступа : <http://elibrary.ru>. - Загл. с экрана.

2. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>

3. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>

4. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>

5. ЭБС "Znanium.com" : <http://znanium.com/>

6. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Дмитриева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Л. И. Дмитриева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000226646. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

1 Microsoft Windows

2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Компьютерный класс

№	Наименование	Назначение
1	Компьютерный класс (Компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Internet)	Компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Internet

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра менеджмента

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н., профессор М.В. Хайруллина
“ ” _____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Европейский маркетинг и менеджмент

Образовательная программа: 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа:
Международный менеджмент

1. **Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины**

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине **Европейский маркетинг** и менеджмент приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ПК.5/А владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	31. знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации	Место и роль курса международного менеджмента в управленческой подготовке. Стратегическое планирование в международной фирме Анализ внешней среды международного бизнеса. Международные политические и экономические институты. Международное право. Влияние национальных культур. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную модель. Факторы глобализации международного бизнеса. Роль международных компаний в глобализации бизнеса. Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе. Цели международной интеграции. Формы многонациональных компаний. Организационно-правовые формы международного бизнеса 1 Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. 2 Анализ внешней среды международного бизнеса 3 Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте 4. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития 5. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного	Курсовая работа.	Экзамен, вопросы. 1-20..

		роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений 6 Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики.		
ПК.5/А	33. знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации	Место и роль курса международного менеджмента в управленческой подготовке. Стратегическое планирование в международной фирме Анализ внешней среды международного бизнеса. Международные политические и экономические институты. Международное право. Влияние национальных культур. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную модель. Факторы глобализации международного бизнеса. Роль международных компаний в глобализации бизнеса. Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе. Цели международной интеграции. Формы многонациональных компаний. Организационно-правовые формы международного бизнеса 1 Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. 2 Анализ внешней среды международного бизнеса 3 Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте 4. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития 5. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений 6 Международные стратегические альянсы как феномен глобальной	Курсовая работа	Экзамен, вопросы.21-40.

		экономики.		
--	--	------------	--	--

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по **дисциплине** проводится в 2 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ПК.5/А.

Кроме того, сформированность компетенции проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 2 семестре обязательным этапом текущей аттестации является курсовая работа. Требования к выполнению курсовой работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте курсовой работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенции ПК.5/А, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

**Паспорт экзамена по дисциплине
«Европейский маркетинг и менеджмент»**

1. Методика оценивания.

Билет состоит из двух вопросов по любой теме курса. Студент должен ответить устно на два вопроса (перечень вопросов прилагается ниже).

Образец билета.

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФБ

Билет № 1

к экзамену по дисциплине «Европейский маркетинг и менеджмент»

1. Тотальная глобализация и европейский маркетинг - менеджмент
2. Маркетинговая деятельность ТНК на международном уровне

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись)

(дата)

2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет (тест) считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет менее 20 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает непринципиальные ошибки, например, вычислительные, оценка составляет 21-27 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи, оценка составляет 28-34 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи, оценка составляет 35-40 баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Вопросы к экзамену

1. Тотальная глобализация и международный маркетинг - менеджмент.
2. Эволюция концепций международного маркетинга и международного менеджмента
3. Анализ бизнес-окружения в зарубежной стране. Политические и экономические риски.
4. Управление рисками в международном маркетинге.
5. Системы международных рейтингов различных стран. Отличительные характеристики и практическое значение.
6. Стратегическое управление на международной арене. Причины выхода на мировой рынок.
7. Необходимость международных стратегических альянсов в мировой экономике. Их преимущества, недостатки.
8. Мотивы, формы и практика заключения международных стратегических альянсов.
9. Факторы успеха и неудач международных стратегических альянсов.
10. Международное совместное предпринимательство.
11. Модель транснационализации: становление ТНК и ее характерные особенности. Классификация ТНК.
12. Транснациональная корпорация как эффективная форма международного предпринимательства.
13. Маркетинговая деятельность ТНК на международном уровне.
14. Рекламные компании и конкурентные преимущества ТНК.
15. Транснационализация российских компаний.
16. Характеристика деловой культуры и системы менеджмента в зарубежной стране (по выбору).
17. Ведение деловых переговоров с бизнесменами разных стран (по выбору).
18. Сравнительный анализ деловой этики в США, Европе и России.
19. Деловая культура стран Запада (по выбору).
20. Деловая культура стран Востока (по выбору).
21. Роль и особенности культуры страны в разработке международной маркетинговой политики (на примере различных стран; с использованием различных элементов: языка, традиций, религии и т.д.).
22. Рекомендации по деловой этике для российских компаний, разработанные Ассоциацией независимых директоров (АНД) и Российским институтом директоров (РИД).
23. Место и роль международных корпораций и финансово-промышленных групп в мировой экономике.
24. Страновые особенности ФПП и их характеристика.

25. Влияние международной торговой политики государства на маркетинговую деятельность фирмы за рубежом.
26. Изучение фирменной структуры зарубежных целевых рынков.
27. Информационные системы различных стран мира: проблемы и перспективы.
28. Использование стратегий охвата международного рынка зарубежными фирмами (на примере определенной стратегии, фирмы, товара или услуги).
29. Качество и конкурентоспособность экспортных и импортных товаров. Система стандартов ИСО - 9000.
30. Место и роль мероприятий прямого маркетинга в международном маркетинге.
31. Организация системы товародвижения на зарубежных рынках при экспортных поставках.
32. Особенности организации производства экспортных товаров на российских предприятиях.
33. Особенности проведения маркетинговых исследований зарубежными компаниями на российском рынке.
34. Особенности разработки сбытовой политики предприятия при выходе на внешний рынок (на примере отдельных фирм, рынков, товаров и услуг).
35. Правовые аспекты международной маркетинговой деятельности (на примере различных стран).
36. Признаки и критерии сегментации на потребительском зарубежном рынке, общее и особенное по сравнению с сегментацией внутреннего рынка.
37. Разработка жизненного цикла товара на международном рынке (на примере определенного товара (группы товаров) или услуги).
38. Разработка экспортной товарной и ценовой политики предприятия.
39. Современный международный брендинг.
40. Стратегии модернизации и модификации товаров как способ продления жизненного цикла товаров.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра менеджмента

Паспорт курсовой работы

по дисциплине «Европейский маркетинг - менеджмент », 2 семестр

1. Методика оценки

Написание и защита курсовой работы является одной из форм подготовки специалистов высшей квалификации.

Цель курсовой работы – закрепление теоретических знаний, получение умений и навыков студентами, для применения в практической деятельности с целью оценки собственной эффективности и (или) эффективности предприятия (структурного подразделения), выбранного для изучения.

Тему курсовой работы желательно выбирать с ориентацией на общий профессиональный и на индивидуальный интерес студента. Лучший выбор тот, который ориентирован на использование результатов курсовой работы в выпускной квалификационной работе. Для написания курсовой работы студент выбирает одну из тем представленных ниже (также студент может выбрать тему самостоятельно, например актуальную для предприятия, исследуемого в работе), но во всех случаях, необходимо одобрение преподавателя кафедры, читающего лекции.

Этапы подготовки работы в семестре:

1. Выбор и согласование с преподавателем темы курсовой работы
2. Сбор информации, систематизация и анализ собранных данных, консультация с преподавателем, корректировка
3. Написание работы, сдача на проверку
4. Защита курсовой работы, возможна в форме презентации (для получения дополнительных баллов: от 1 до 5 баллов)

В таблице 1 дана структура и содержание курсовой работы, а также приведены требования к объему работы.

.Таблица 1

№ п/п	Наименование разделов работы	Минимальный объем
1	Введение (актуальность, цель работы)	1-3 стр.
2	Теоретическое представление о проблеме по выбранной теме исследования	5-10стр.
3	Общая характеристика предприятия, выбранного для изучения	3-5 стр.
4	Характеристика внешней среды предприятия	2-4 стр.
5	Анализ внутренней среды предприятия	2-4 стр.
6	Выбор подходов к решению проблемы	1-2 стр.
7	Формулирование мероприятий для решения проблемы на предприятии на основе выбранных подходов	1-2 стр.
8	Разработка рекомендаций по совершенствованию системы (подсистемы) управления предприятием	1-2 стр.
10	Заключение	1-3 стр.
11	Список литературы	30 источников

12	Приложения	устав, отчеты о результатах деятельности, штатное расписание и др. документы предприятия
----	------------	--

Рекомендации по оформлению работы

Изложение и текста и оформление работы выполняется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2001. Курсовая работа должна быть оформлена с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков не менее 1,8 мм (кегель не менее 12). Текст следует печатать соблюдая размеры полей: правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, левое и нижнее – 20 мм. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений. Разделы, подразделы, пункты и подпункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа. Номер подраздела или пункта включает номер раздела и порядковый номер подраздела или пункта, разделенные точкой. После номера раздела, подраздела, пункта или подпункта в тексте точку не ставят. Если раздел или подраздел имеет один пункт, то нумеровать его не следует. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов.

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижней части каждого листа без точки. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц работы, однако номер на титульном листе не проставляется.

2. Критерии оценки

Каждое задание курсовой работы оценивается в соответствии с приведенными ниже критериями.

Курсовая работа считается **не выполненной**, если представленный на проверку материал, позволяет судить об отсутствии знаний по содержанию курса, оценка составляет **менее 50 баллов**. Уровень ниже порогового констатирует незнание студентом теоретического содержания курса, пробелы носят существенный характер, не сформированы необходимые практические навыки работы с материалом, предусмотренные требования к написанию контрольной работы не выполнены, либо некоторые виды заданий выполнены с ошибками, оформление работы не соответствует содержанию ГОСТ.

Курсовая работа считается выполненной на **пороговом** уровне, т.е. уровень выполнения работы отвечает большинству требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, большинство предусмотренных требований к написанию контрольной работы выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками, оценка составляет **50-67 баллов**.

Курсовая работа считается выполненной на **базовом** уровне, и оценка составляет **68-83 баллов**. Базовый уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено практически полностью, пробелы не носят существенного характера, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные требования к написанию работы выполнены, некоторые разделы работы выполнены не полностью, но их содержание может быть оценено на количество баллов, близким к максимальному.

Курсовая работа считается выполненной на **продвинутом** уровне, если автор при написании использовал дополнительную литературу, приведено несколько вариантов

решения проблемы, либо разработаны рекомендации практического характера, оценка составляет **84-100 баллов**. Продвинутый уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, пробелы не носят существенного характера, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные разделы работы выполнены и оценены количеством баллов, близким к максимальному,

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за курсовую работу учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины. 4.

4. Темы курсовой работы

1. Глобализация экономики и европейский маркетинг - менеджмент.
2. Эволюция концепций международного маркетинга и международного менеджмента
3. Анализ бизнес-окружения в зарубежной стране. Политические и экономические риски.
4. Управление рисками в международном маркетинге.
5. Системы международных рейтингов различных стран. Отличительные характеристики и практическое значение.
6. Стратегическое управление на международной арене. Причины выхода на мировой рынок.
7. Необходимость международных стратегических альянсов в мировой экономике. Их преимущества, недостатки.
8. Мотивы, формы и практика заключения международных стратегических альянсов.
9. Факторы успеха и неудач международных стратегических альянсов.
10. Международное совместное предпринимательство.
11. Модель транснационализации: становление ТНК и ее характерные особенности. Классификация ТНК.
12. Транснациональная корпорация как эффективная форма международного предпринимательства.
13. Маркетинговая деятельность ТНК на международном уровне.
14. Рекламные компании и конкурентные преимущества ТНК.
15. Транснационализация российских компаний.
16. Характеристика деловой культуры и системы менеджмента в зарубежной стране (по выбору).
17. Ведение деловых переговоров с бизнесменами разных стран (по выбору).
18. Сравнительный анализ деловой этики в США, Европе и России.
19. Деловая культура стран Запада (по выбору).
20. Деловая культура стран Востока (по выбору).