

Учреждение образования  
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

\_\_\_\_\_ В.Н.Шимов

“\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Регистрационный № УД \_\_\_\_\_/уч.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И КОНКУРЕНЦИЯ**

Учебная программа учреждения высшего образования  
для специальностей:

1-26 81 01 «Бизнес-администрирование»,

1-25 81 02 «Экономика»

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Кричевский С.Ю.*, декан факультета Высшая школа управления и бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Дедков С.М.*, заместитель директора Государственного научного учреждения «Центр системного анализа и стратегических исследований Национальной академии наук Беларуси», кандидат экономических наук, доцент;

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

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой экономики и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № \_\_13\_\_ от \_\_27.04.2017\_\_);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № \_\_ от \_\_).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Международный бизнес и конкуренция» разработана для обучающихся второй ступени высшего образования (магистратуры) по специальностям: 1-26 81 01 «Бизнес-администрирование»; 1-25 81 02 «Экономика», в соответствии с образовательными стандартами этих специальностей.

Учебная дисциплина «Международный бизнес и конкуренция» формирует систему знаний студентов об устойчивых процессах в глобальной экономике, правилах ведения международного бизнеса, национальных, региональных и отраслевых особенностях мирового экономического порядка. Учебная дисциплина направлена на формирование основных компетенций в области теории и практики международной конкуренции, теоретических и практических знаний и умений в области глобальных направлений, стратегических и тактических инструментов формирования конкурентных преимуществ в международном бизнесе.

**Целью преподавания учебной дисциплины «Международный бизнес и конкуренция»** является получение студентами необходимых знаний и навыков в области ведения международного бизнеса; способствование формированию у студентов основных компетенций в области теории и практики конкуренции в международном бизнесе, теоретических и практических знаний и умений в области противостояния национальных компаний глобальной конкуренции; освоение студентами применения стратегических и тактических инструментов формирования конкурентных преимуществ в международном бизнесе.

### **Подцели:**

- формирование у студентов целостного представления об основах организации и функционирования международного бизнеса;
- формирование системы знаний о специфике функционирования предприятий в современных условиях высококонкурентного международного рынка.

В процессе изучения учебной дисциплины студенты знакомятся с определениями и основными терминами международного бизнеса; получают представление о сущности и значении конкуренции в международном бизнесе, ее видах, формах и методах конкурентной борьбы в международной бизнес-среде; знакомятся с основными методами и современными инструментами формирования конкурентоспособности в международном бизнесе, а также приобретают практические навыки подготовки и принятия эффективных решений при выходе и деятельности компании на международных рынках.

**В процессе изучения учебной дисциплины решаются следующие задачи:**

- изучение студентами основных понятий и условий осуществления современного международного бизнеса;

- получение информации о деловых операциях, осуществляемых многонациональными (или транснациональными) корпорациями, которые базируются наиболее развитых индустриальных странах и имеют зрелую рыночную экономику;
- анализ внешней среды компании, осуществляющей международный бизнес;
- знакомство с важнейшими точками соприкосновения государства и компаний, вступающих в сферу международного бизнеса;
- изучение финансовых критериев и институтов, которые способствуют оценке и осуществлению торговых сделок;
- понимание функциональных проблем управления международной деятельностью;
- оценка стратегических возможностей деятельности фирмы на мировом рынке;
- получение студентами знаний о том, как и какие события влияют на динамику международной ситуации;
- изучение научно-теоретических основ теории конкуренции, ее сущности и значения в международном бизнесе;
- изучение форм и методов конкурентной борьбы на международных рынках, основных типы конкурентных стратегий компаний в международной бизнес-среде;
- изучение современных методов и инструментов формирования конкурентоспособности субъектов международного бизнеса;
- приобретение практических навыков подготовки и принятия эффективных стратегических/тактических решений и деятельности компании на мировых рынках, успешного позиционирования и продвижения фирмы и ее продукта в международной бизнес-среде;
- овладение студентами основами методов оценки конкурентоспособности в международном бизнесе.
- Межпредметные связи:

Учебная дисциплина «Международный бизнес и конкуренция» базируется на компетенциях, полученных при изучении учебных дисциплин «Мировая экономика», «Международные экономические отношений», «Межкультурная коммуникация».

Структура учебной программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают новые результаты экономических исследований и последние достижения в области педагогики и информационных технологий, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих профессиональных компетенций:

- ПК-4. Самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- ПК-5. Анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;
- ПК-8. Разрабатывать перспективные, среднесрочные и текущие планы экономического и социального развития организации и ее структурных подразделений;
- ПК-11. Критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

**В результате изучения учебной дисциплины «Международный бизнес и конкуренция» обучающийся должен знать:**

- сущность, виды и формы ведения международного бизнеса;
- способы выхода на мировой рынок;
- основные показатели, характеризующие развитие бизнеса в мировом хозяйстве по главным сферам деятельности;
- особенности внешней и внутренней среды международного бизнеса;
- зависимость положительных и отрицательных сторон функционирования предприятия от существующей среды;
- факторы, влияющие на торговые и инвестиционные модели, стратегии конкурентного преимущества;
- формы деловых операций и факторы, на них воздействующие;
- особенности ведения международного бизнеса на современном этапе;
- цели, сферы применения, объекты, средства и методы разработки международных бизнес-проектов;
- особенности кадровой политики транснациональных организаций.
- уметь:
- анализировать условия мировой финансовой среды и особенности работы валютных рынков;
- выявлять тенденции изменения динамики конъюнктуры мирового рынка;
- обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по многопрофильной международной предпринимательской деятельности;
- находить пути решения функциональных проблем управления международной деятельностью.
- иметь навыки:
- анализа рисков в международном бизнесе и определения путей их снижения;
- оценки эффективности принятого управленческого решения;

- применения основного аналитического инструментария для характеристики развития бизнеса;
- оценки и выбора альтернативных вариантов международных стратегий корпораций, занятых в международном бизнесе;
- анализа конкурентных преимуществ, которые получают фирмы, участвующие в международном бизнесе.

Учебная программа учебной дисциплины «Международный бизнес и конкуренция» включает организационные и методические рекомендации по изучению дисциплины, ее содержание по темам и дидактическим единицам, перечень и тематику самостоятельных работ студентов по дисциплине, контрольные вопросы для оценки качества освоения учебной дисциплины, методические рекомендации по организации самостоятельных работ студентов и список рекомендуемых источников.

В соответствии с учебными планами:

**специальности 1-26 81 01 «Бизнес-администрирование»**

- учебная программа очной формы обучения рассчитана на 236 часов, из них аудиторных занятий 72 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 42 часов; практических занятий – 30 часов. Форма текущей аттестации – экзамен;
- учебная программа заочной формы обучения рассчитана на 236 часов, из них аудиторных занятий 36 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 20 часов; практических занятий – 16 часов. Формы текущей аттестации – зачет, экзамен.

**специальности 1-25 81 02 «Экономика»**

- учебная программа очной формы обучения рассчитана на 48 часов, из них аудиторных занятий 24 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 16 часов; практических занятий – 8 часов. Форма текущей аттестации – зачет;
- учебная программа заочной формы обучения рассчитана на 48 часов, из них аудиторных занятий 12 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 10 часов; практических занятий – 2 часа. Форма текущей аттестации – зачет.

При изучении учебной дисциплины предусмотрено применение инновационных технологий обучения, таких как интерактивные лекции, семинары в диалоговом режиме по обсуждению конкретных ситуаций, работа в группе для решения практических задач.

Контроль успеваемости студентов осуществляется в соответствии с рейтинговой системой оценки знаний.

Предусмотрены следующие формы текущего контроля:

- проверка уровня самостоятельной подготовки студента при выполнении индивидуального задания;
- проведение коллективных дискуссий по проблемным аспектам деятельности компании на международном рынке, а также международной конкурентоспособности стран, отраслей, компаний;
- тестирование по разделам дисциплины;

- работа в команде по разработке коллективных презентаций с характеристикой конкретных промышленных фирм с применением полученных знаний.
- Предэкзаменационный контроль проводится в форме индивидуальных презентаций аналитических работ, посвященных разработке конкурентных бизнес-стратегий компаний на национальном и международных рынках.

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1 Международный бизнес в условиях глобализации.**

Природа и основные формы международного бизнеса. Глобализация: основные дефиниции, движущие силы и участники.

Транснациональные корпорации. Малые транснациональные корпорации. Характеристика транснациональных корпораций. Особенности транснациональных корпораций. Их отличие от национальных компаний.

Усиление международной конкуренции. Этика и социальная ответственность на мировом рынке. Технологические аспекты мирового бизнеса. Политические аспекты мирового бизнеса.

### **Тема 2 Международная бизнес-среда.**

Политические и экономические системы глобального рынка. Экономическая интеграция. Ограничения международной торговли.

Роль культуры в международном бизнесе. Типология культурных измерений Г.Хофстеде и их влияние на развитие международного бизнеса.

Индивидуализм/Коллективизм. Мужественность/Женственность. Управление международными операциями в среде с различными национальными культурами.

### **Тема 3 Процесс организации деятельности и управление конкурентоспособной международной компанией.**

Основы теории конкурентного преимущества. Модель международного конкурентного преимущества М.Портера. Ромб национальной конкурентоспособности. Теория конкурентных сил. Детерминанты, определяющие формирование конкурентных преимуществ стран. Факторы конкурентной среды. Характеристика конкурентной среды международного предприятия. Возможности интернационализации бизнеса. Модель выхода национальной компании на международный рынок.

Формы международного сотрудничества компаний. Альянсы, совместные предприятия. Слияние и поглощение как модели организации ТНК. Прямые иностранные инвестиции.

### **Тема 4 Стратегии ведения международного бизнеса.**

Типы стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности. Базовые стратегии конкуренции. Стратегия снижения издержек. Стратегии фокусирования. Стратегии дифференциации. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка. Стратегия внедрения новшеств. Стратегия развития рынка. Степень доминирования



предприятия на рынке. Зависимость выбора стратегии от степени доминирования. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям мирового рынка.

### **Тема 5 Международное бизнес-планирование.**

Разработка бизнес-плана интернациональной компании. Глобальное стратегическое планирование. Факторы, учитываемые при планировании. Корпоративное планирование. Цикл бизнес-планирования. Процесс формирования стратегии выхода на глобальный рынок. Роль планирования в международном бизнесе. Разработка международного бизнес-плана.

### **Тема 6 Маркетинг в международном бизнесе.**

Типы международных маркетинговых стратегий. Понятие «бенчмаркинга» в конкурентной среде глобального рынка. Ценообразование в международном бизнесе. Позиционирование продукта на международном рынке. Требования к дизайну интернационального продукта. Значимость упаковки интернационального продукта. Международные маркетинговые коммуникации. Глобальный маркетинговый микс и его отличие от национального. Факторы среды, накладывающие ограничение на применение международного маркетингового микса.

### **Тема 7 Производство (операции) и управление цепью поставок на глобальном рынке.**

Варианты осуществления международных операций. Использование иностранных ресурсов производства. Причины использования ресурсов глобального рынка. Управление цепью поставок и развитие деловых контактов. Глобальные производственные системы. Оффшоринг производства. Аутсорсинг вспомогательных функций организации. Осуществление логистических операций на международном уровне.

### **Тема 8 Международная торговля: понятия экспорта и импорта**

Причины экспорта/импорта товаров и услуг. Типы экспортеров. Типы импортеров. Ограничения экспорта/импорта товаров. Договорные обязательства при осуществлении экспорта и импорта. Условия оплаты. Способы транспортировки, используемые в экспорте/импорте товаров. Порядок и процедуры осуществления экспорта/импорта товаров. Разработка экспортного бизнес-плана.

## **Тема 9 Управление трудовыми ресурсами международной компании.**

Значение приобретения сотрудниками необходимых навыков. Кадровая политика международной компании. Долгосрочные и краткосрочные командировки. Размер компенсации. Корпоративная компенсация. Местная компенсация. Экспатриация и репатриация. Проблемы экспатриантов. Способы выплат компенсаций экспатриантам. Проблемы репатриации. Проблемы поиска и подбора персонала для ТНК.

## **Тема 10. Бухгалтерский учет, налогообложение и финансовый менеджмент в международной компании.**

Международный бухгалтерский учет. Международный финансовый менеджмент. Структура капитала международной компании. Управление рисками валютно-обменных операций. Налогообложение в международном бизнесе.

## **Тема 11 Развитие карьеры в сфере международного бизнеса**

Методы оценки собственных знаний и навыков. Персональный SWOT-анализ. Поиск возможностей карьерного роста на международной арене. Конкуренция на рынке трудовых ресурсов. Особенности собеседований с целью трудоустройства в международных компаниях. Проблемы экспатриантов. Культурный шок. Репатриация.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И КОНКУРЕНЦИЯ»**

**Специальности : 1-26 81 01 «Бизнес – администрирование»**

**ДЛЯ ВТОРОЙ СТУПЕНИ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (МАГИСТРАТУРА) ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>Международный бизнес и конкуренция (72 часа)</b>	<b>42</b>	<b>30</b>						
	<b>Тема 1. Международный бизнес в условиях глобализации.</b>								
1	Природа и основные формы международного бизнеса. Глобализация: основные дефиниции, движущие силы и участники. Транснациональные корпорации. Усиление международной конкуренции.	4	2					[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 2. Международная бизнес-среда.</b>								
2	Политические и экономические системы глобального рынка. Экономическая интеграция. Ограничения международной торговли. Аспекты культуры в международном бизнесе. Управление международными операциями в среде различными национальными культурами.	4	2					[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 3. Процесс организации деятельности и управление конкурентоспособной международной компанией.</b>								
3	Модель международного конкурентного преимущества М.Портера. Возможности интернационализации бизнеса. Модель выхода национальной компании на международный рынок. Слияние и поглощение как модели организации ТНК.	6	4					[5-6]	дискуссия анализ кейса тест

	<b>Тема 4. Стратегии ведения международного бизнеса.</b>								
4	Типы стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности.	4	2					[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 5. Международное бизнес-планирование.</b>								
5	Разработка бизнес-плана интернациональной компании. Цикл бизнес-планирования. Процесс формирования стратегии выхода на глобальный рынок. Роль планирования в международном бизнесе.	4	2					[2]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 6. Маркетинг в международном бизнесе.</b>								
6	Типы международных маркетинговых стратегий. Понятие «бенчмаркинга» в конкурентной среде глобального рынка. Ценообразование в международном бизнесе. Факторы среды, накладывающие ограничение на применение маркетингового микса.	4	4					[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 7. Производство (операции) и управление цепью поставок на глобальном рынке.</b>								
7	Варианты осуществления международных операций. Причины использования ресурсов глобального рынка. Управление цепью поставок и развитие деловых контактов. Глобальные производственные системы. Осуществление логистических операций на международном уровне.	4	2					[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 8. Международная торговля: понятия экспорта и импорта.</b>								
8	Договорные обязательства при осуществлении экспорта и импорта. Условия оплаты. Способы транспортировки, используемые в экспорте/импорте товаров. Порядок и процедуры осуществления экспорта/импорта товаров. Разработка экспортного бизнес-плана.	4	2					[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 9. Управление трудовыми ресурсами международной компании.</b>								
9	Значение приобретения сотрудниками необходимых навыков. Кадровая политика международной компании. Проблемы поиска и подбора персонала для ММК.	2	2					[7]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 10. Бухгалтерский учет, налогообложение и финансовый</b>								

	<b>менеджмент в международной компании.</b>								
10	Международный бухгалтерский учет. Международный финансовый менеджмент. Структура капитала международной компании. Управление рисками валютно-обменных операций. Налогообложение в международном бизнесе.	6	4					[2-3]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 11. Развитие карьеры в сфере международного бизнеса.</b>								
11	Методы оценки собственных знаний и навыков. Поиск возможностей карьерного роста на международной арене. Конкуренция на рынке трудовых ресурсов. Проблемы экспатриантов.	-	2					[2]	Индивидуальные задания, дискуссия
	<b>Индивидуальные презентации студенческих проектов</b>		2						презентации

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И КОНКУРЕНЦИЯ»**

**Специальности: 1-26 81 01 «Бизнес – администрирование»**

**ДЛЯ ВТОРОЙ СТУПЕНИ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (МАГИСТРАТУРА) ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек-ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>Международный бизнес и конкуренция (36 часов)</b>	<b>20</b>	<b>16</b>						
	<b>Тема 1. Международный бизнес в условиях глобализации.</b>								
1	Природа и основные формы международного бизнеса. Глобализация: основные дефиниции, движущие силы и участники. Транснациональные корпорации. Усиление международной конкуренции.	2						[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 2. Международная бизнес-среда.</b>								
2	Политические и экономические системы глобального рынка. Экономическая интеграция. Ограничения международной торговли. Аспекты культуры в международном бизнесе. Управление международными операциями в среде различными национальными культурами.	2						[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 3. Процесс организации деятельности и управление конкурентоспособной международной компанией.</b>								

3	<p>Модель международного конкурентного преимущества М.Портера. Возможности интернационализации бизнеса. Модель выхода национальной компании на международный рынок. Слияние и поглощение как модели организации ТНК.</p>	2	2					[5-6]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 4. Стратегии ведения международного бизнеса.</b>								
4	<p>Типы стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности.</p>	2	2					[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 5. Международное бизнес-планирование.</b>								
5	<p>Разработка бизнес-плана интернациональной компании. Цикл бизнес-планирования. Процесс формирования стратегии выхода на глобальный рынок. Роль планирования в международном бизнесе.</p>	2	2					[2]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 6. Маркетинг в международном бизнесе.</b>								
6	<p>Типы международных маркетинговых стратегий. Понятие «бенчмаркинга» в конкурентной среде глобального рынка. Ценообразование в международном бизнесе. Факторы среды, накладывающие ограничение на применение маркетингового микса.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 7. Производство (операции) и управление цепью поставок на глобальном рынке.</b>								
7	<p>Варианты осуществления международных операций. Причины использования ресурсов глобального рынка. Управление цепью поставок и развитие деловых контактов. Глобальные производственные системы. Осуществление логистических операций на международном уровне.</p>	2	2					[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 8. Международная торговля: понятия экспорта и импорта.</b>								
8	<p>Договорные обязательства при осуществлении экспорта и импорта. Условия оплаты. Способы транспортировки, используемые в экспорте/импорте товаров. Порядок и процедуры осуществления экспорта/импорта товаров. Разработка экспортного бизнес-плана.</p>	2	2					[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 9. Управление трудовыми ресурсами международной компании.</b>								

9	Значение приобретения сотрудниками необходимых навыков. Кадровая политика международной компании. Проблемы поиска и подбора персонала для ММК.	2						[7]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 10. Бухгалтерский учет, налогообложение и финансовый менеджмент в международной компании.</b>								
10	Международный бухгалтерский учет. Международный финансовый менеджмент. Структура капитала международной компании. Управление рисками валютно-обменных операций. Налогообложение в международном бизнесе.	2	2					[2-3]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 11. Развитие карьеры в сфере международного бизнеса.</b>								
11	Методы оценки собственных знаний и навыков. Поиск возможностей карьерного роста на международной арене. Конкуренция на рынке трудовых ресурсов. Проблемы экспатриантов.	-	2					[2]	Индивидуаль ные задания, дискуссия
	<b>Индивидуальные презентации студенческих проектов</b>		2						презентации



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И КОНКУРЕНЦИЯ»**

**Специальности: 1-25 81 02 «Экономика»**

**ДЛЯ ВТОРОЙ СТУПЕНИ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (МАГИСТРАТУРА) ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>Международный бизнес и конкуренция (24 часа)</b>	<b>16</b>	<b>8</b>						
	<b>Тема 1. Международный бизнес в условиях глобализации.</b>								
1	Природа и основные формы международного бизнеса. Глобализация: основные дефиниции, движущие силы и участники. Транснациональные корпорации. Усиление международной конкуренции.							[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 2. Международная бизнес-среда.</b>								
2	Политические и экономические системы глобального рынка. Экономическая интеграция. Ограничения международной торговли. Аспекты культуры в международном бизнесе. Управление международными операциями в среде различными национальными культурами.	2						[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 3. Процесс организации деятельности и управление конкурентоспособной международной компанией.</b>								

3	<p>Модель международного конкурентного преимущества М.Портера. Возможности интернационализации бизнеса.</p> <p>Модель выхода национальной компании на международный рынок. Слияние и поглощение как модели организации ТНК.</p>	2						[5-6]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 4. Стратегии ведения международного бизнеса.</b>								
4	<p>Типы стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 5. Международное бизнес-планирование.</b>								
5	<p>Разработка бизнес-плана интернациональной компании. Цикл бизнес-планирования. Процесс формирования стратегии выхода на глобальный рынок. Роль планирования в международном бизнесе.</p>	2	2					[2]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 6. Маркетинг в международном бизнесе.</b>								
6	<p>Типы международных маркетинговых стратегий. Понятие «бенчмаркинга» в конкурентной среде глобального рынка. Ценообразование в международном бизнесе. Факторы среды, накладывающие ограничение на применение маркетингового микса.</p>	2	2					[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 7. Производство (операции) и управление цепью поставок на глобальном рынке.</b>								
7	<p>Варианты осуществления международных операций. Причины использования ресурсов глобального рынка. Управление цепью поставок и развитие деловых контактов. Глобальные производственные системы. Осуществление логистических операций на международном уровне.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 8. Международная торговля: понятия экспорта и импорта.</b>								
8	<p>Договорные обязательства при осуществлении экспорта и импорта. Условия оплаты. Способы транспортировки, используемые в экспорте/импорте товаров. Порядок и процедуры осуществления экспорта/импорта товаров. Разработка экспортного бизнес-плана.</p>	2	2					[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 9. Управление трудовыми ресурсами международной компании.</b>								

9	Значение приобретения сотрудниками необходимых навыков. Кадровая политика международной компании. Проблемы поиска и подбора персонала для ММК.							[7]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 10. Бухгалтерский учет, налогообложение и финансовый менеджмент в международной компании.</b>								
10	Международный бухгалтерский учет. Международный финансовый менеджмент. Структура капитала международной компании. Управление рисками валютно-обменных операций. Налогообложение в международном бизнесе.	2						[2-3]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 11. Развитие карьеры в сфере международного бизнеса.</b>								
11	Методы оценки собственных знаний и навыков. Поиск возможностей карьерного роста на международной арене. Конкуренция на рынке трудовых ресурсов. Проблемы экспатриантов.							[2]	Индивидуаль ные задания, дискуссия
	<b>Индивидуальные презентации студенческих проектов</b>		2						презентации

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И КОНКУРЕНЦИЯ»**

**Специальности: 1-25 81 02 «Экономика»**

**ДЛЯ ВТОРОЙ СТУПЕНИ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (МАГИСТРАТУРА) ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>Международный бизнес и конкуренция (12 часов)</b>	<b>10</b>	<b>2</b>						
	<b>Тема 1. Международный бизнес в условиях глобализации.</b>								
1	Природа и основные формы международного бизнеса. Глобализация: основные дефиниции, движущие силы и участники. Транснациональные корпорации. Усиление международной конкуренции.							[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 2. Международная бизнес-среда.</b>								
2	Политические и экономические системы глобального рынка. Экономическая интеграция. Ограничения международной торговли. Аспекты культуры в международном бизнесе. Управление международными операциями в среде различными национальными культурами.							[1-5]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 3. Процесс организации деятельности и управление конкурентоспособной международной компанией.</b>								

3	<p>Модель международного конкурентного преимущества М.Портера. Возможности интернационализации бизнеса. Модель выхода национальной компании на международный рынок. Слияние и поглощение как модели организации ТНК.</p>							[5-6]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 4. Стратегии ведения международного бизнеса.</b>								
4	<p>Типы стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 5. Международное бизнес-планирование.</b>								
5	<p>Разработка бизнес-плана интернациональной компании. Цикл бизнес-планирования. Процесс формирования стратегии выхода на глобальный рынок. Роль планирования в международном бизнесе.</p>	2						[2]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 6. Маркетинг в международном бизнесе.</b>								
6	<p>Типы международных маркетинговых стратегий. Понятие «бенчмаркинга» в конкурентной среде глобального рынка. Ценообразование в международном бизнесе. Факторы среды, накладывающие ограничение на применение маркетингового микса.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 7. Производство (операции) и управление цепью поставок на глобальном рынке.</b>								
7	<p>Варианты осуществления международных операций. Причины использования ресурсов глобального рынка. Управление цепью поставок и развитие деловых контактов. Глобальные производственные системы. Осуществление логистических операций на международном уровне.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 8. Международная торговля: понятия экспорта и импорта.</b>								
8	<p>Договорные обязательства при осуществлении экспорта и импорта. Условия оплаты. Способы транспортировки, используемые в экспорте/импорте товаров. Порядок и процедуры осуществления экспорта/импорта товаров. Разработка экспортного бизнес-плана.</p>	2						[1-5]	<p>дискуссия анализ кейса тест</p>
	<b>Тема 9. Управление трудовыми ресурсами международной компании.</b>								

9	Значение приобретения сотрудниками необходимых навыков. Кадровая политика международной компании. Проблемы поиска и подбора персонала для ММК.							[7]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 10. Бухгалтерский учет, налогообложение и финансовый менеджмент в международной компании.</b>								
10	Международный бухгалтерский учет. Международный финансовый менеджмент. Структура капитала международной компании. Управление рисками валютно-обменных операций. Налогообложение в международном бизнесе.							[2-3]	дискуссия анализ кейса тест
	<b>Тема 11. Развитие карьеры в сфере международного бизнеса.</b>								
11	Методы оценки собственных знаний и навыков. Поиск возможностей карьерного роста на международной арене. Конкуренция на рынке трудовых ресурсов. Проблемы экспатриантов.							[2]	Индивидуальные задания, дискуссия
	<b>Индивидуальные презентации студенческих проектов</b>		2						презентации

## **ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Международный бизнес и конкуренция»**

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 3-3,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие. Самостоятельная работа студентов предполагает работу с учебными пособиями, и интернет-источниками, подготовку собственного проекта. Для подготовки бизнес-стратегии международной студент должен: подготовить исходные данные, написать концепцию бизнес-идеи, сформировать структуру бизнес-стратегии, рассчитать показатели эффективности проекта, выполнить качественный и количественный анализ рисков проекта. Кроме того, необходимо подготовить краткий вариант конкурентной бизнес-стратегии – предложение для инвесторов, и презентацию бизнес-проекта в формате MS PowerPoint.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- создание конкурентной бизнес-стратегии международной компаний (по выбору студента);
- подготовка к экзамену.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

- 1 Международный бизнес: [учебное пособие для вузов по специальности «Бизнес-администрирование», «Мировая экономика»]/ Балашевич М.И., Ковтуненко А.Н., Нестеренко В.И., Турбан Г.В., под ред. Балашевича М.И. – Минск: БГЭУ, 2013. -296с.
- 2 Хилл, Ч. Международный бизнес. 8-е издание - СПб.: Питер, 2013 - 668с
- 3 Daniels, J.D., Radebaugh, L.H., and Sullivan, D.P. International Business, 16th ed. Harlow: Pearson, 2015 – 876 p.
- 4 Charles Hill International Business: Competing in the Global Marketplace. 8th Edition. - New York: Mc. Graw - Hill/Irwin. - 2011 - 676p.

### Дополнительная:

- 1 Портер, М. Международная конкуренция/М.Портер.-М.: Альпина паблишер, 2016. - 946 с.
- 2 Международные экономические отношения/ Под .ред. В.Е.Рыбалкина. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2015 - 704 с.
- 3 Олехнович, Г.И. Конкурентные стратегии/Г.И.Олехнович.- Минск: БГЭУ, 2010-262 с.
- 4 Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность/Под . ред. М.И.Плотницкого, Г.В.Турбан - Минск: Современная школа, 2011-616 с.
- 5 Мировая экономика и международные экономические отношения /Под.ред . В.В.Полякова, Р.К.Щенина. - М.: Юрайт, 2015 - 348 с.
- 6 Петероф, М., Стратегический менеджмент: концепция и ситуации для анализа/М.Петероф, А.Томпсон, А.Стрикленд. -М.: Вильямс, 2016.- 800с.
- 7 Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков/ Ким В.Чан, Рене Моборн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012 .- 304с. . -



### **Интернет-ресурсы:**

- 1 <http://www.cfin.ru/business-plan/> - Корпоративный менеджмент on-line. Бизнес-планирование.
- 2 <http://www.wto.org> – официальный сайт Всемирной Торговой Организации (ВТО)
- 3 <http://www.weforum.org> – официальный сайт Всемирного экономического форума
- 4 <http://www.oecd.org> – официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития
- 5 <http://www.eisa.org.uk> - Ассоциация инвестиций для предприятий
- 6 <http://www.Unctad.Org/wir/> - Конференция ООН по торговле и развитию
- 7 <http://www.undp/org/hdr2001/> – Программа развития ООН

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Стратегический менеджмент	Кафедра организации и управления	нет	протокол № 13 от 27.04.2017

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на \_\_2017\_\_ / \_\_2018\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
	нет	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_