Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 24.05.2024 10:52:07
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
/Московский Политех/

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
экономики и управления
_____ А.В. Назаренко
«13» _____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Международный менеджмент»

Направление подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

Образовательная программа
«Управление бизнес-процессами»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва, 2024

Разработчик(и):

Доцент, к.э.н. /Гранкина В.Л./

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Менеджмент»,
к.э.н.,доцент /Е.Э.Аленина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 3
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы..... ……..4
3. Структура и содержание дисциплины 5
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2. Тематический план изучения дисциплины 5
3.3. Содержание дисциплины 8
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 11
4.1. Нормативные документы и ГОСТы 11
4.2. Основная литература 12
4.3. Дополнительная литература 12
4.4. Электронные образовательные ресурсы 12
4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 12
4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы
……12
5. Материально-техническое обеспечение..... 12
6. Методические рекомендации 13
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 13
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 13
7. Фонд оценочных средств 16
7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения 16
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения 18
7.3. Оценочные средства 23

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине.

Дисциплина «Международный менеджмент» ориентирована на студентов, получающих высшее образование, направлена на получение компетенции необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области эффективного функционирования системы управления продажами организации в целом и по ее структурным подразделениям, приобретения квалификации «Менеджер».

Цели курса:

- сформировать знания в области технологий оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых возможностей и формирования новых бизнес-моделей.
- формирование навыков координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.

Задачи курса:

- сформировать у слушателей способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.
- сформировать способность к анализу организационных и экономических проблем, в целях стимулирования производства и увеличение объема сбыта продукции, повышения качества и конкурентоспособности выпускаемых товаров и услуг, экономного и эффективного использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы профессиональной подготовки.

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и содержание индикатора достижения компетенции
ОПК - 4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ИОПК-4.1. Знает методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций. ИОПК-4.2. Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1.Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления с учетом культурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

ПК-4. Владеет навыками и методами обучения и оценки новых рынков, способностей к разработке бизнес-планов, созданию и развитию новых направлений деятельности организаций

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Международный менеджмент» относится к числу дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений (Б.1.20) образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Международный менеджмент» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами ОП:

- «Управление жизненным циклом организации»
- «Кросс – культурный менеджмент»
- «Методы принятия управленческих решений»

3. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетных единиц, т.е. **108** академических часов (из них 36 часов – самостоятельная работа студентов).

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	-
1	**Аудиторные занятия**	**72**	**72**	-
	В том числе:			-
1.1	Лекции	36	36	-
1.2	Семинарские/практические занятия	36	36	-
1.3	Лабораторные занятия	-	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**36**	**36**	-
3	**Промежуточная аттестация**	**-**	**-**	-
	Зачет/диф.зачет/экзамен	**экзамен**	**экзамен**	-

	Итого	**108**	**108**	**-**

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**	
			3	**-**
1	**Аудиторные занятия**	**36**	**36**	**-**
	В том числе:			-
1.1	Лекции	18	18	-
1.2	Семинарские/практические занятия	18	18	-
1.3	Лабораторные занятия	-	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**72**	**72**	**-**
3	**Промежуточная аттестация**	**-**	**-**	**-**
	Зачет/диф.зачет/экзамен	**экзамен**	**экзамен**	**-**
	Итого	**108**	**108**	

3.2. Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения.

Разделы/темы дисциплины	**Трудоемкость, час**					
		Аудиторная работа				
	Всего	Лекция	Семинарские /практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа
Вводная лекция Введение в курс «Международный менеджмент	6	2	2			2
Тема 2 Роль международных компаний в современном мире	6	2	4			2
Тема 3 Организационное построение международных компаний	6	2	2			2
Тема 4 Планирование и контроль деятельности международной компании	6	2	2			2
Тема 5 Международные стратегии МНК	6	2	2			2
Тема 6 Слияния и поглощения компаний	6	2	2			2
Тема 7 Стратегические альянсы	6	2	2			2
Тема 8 Компании будущего	6	2	2			2
Тема 9 Корпоративная культура в МНК	6	2	2			2

Тема 10 Международные организации	6	2	2			2
Тема 11 Международное и государственное регулирование внешнеэкономической деятельности (ВЭД)	6	2	2			2
Тема 12 Международный маркетинг: общий обзор	6	2	2			2
Тема 13 Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия.	6	2	2			2
Тема 14. Среда международного маркетинга	6	2	2			2
Тема 15 Международные маркетинговые исследования	6	2	2			2
Тема 16. Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок	6	2	2			2
Тема 17 Международная политика ценообразования	6	2	2			2
Тема 18 Международные маркетинговые коммуникации	6	2	2			2
Итого часов	108	36	36			36

3.2.2 Очно-заочная форма обучения

Разделы/темы дисциплины	**Трудоемкость, час**					
		Аудиторная работа				
	Всего	Лекция	Семинарские /практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа
Вводная лекция Введение в курс «Международный менеджмент	6	1	1			4
Тема 2 Роль международных компаний в современном мире	6	1	1			4
Тема 3 Организационное построение международных компаний	6	1	1			4
Тема 4 Планирование и контроль деятельности международной компании	6	1	1			4
Тема 5 Международные стратегии МНК	6	1	1			4
Тема 6 Слияния и поглощения компаний	6	1	1			4
Тема 7 Стратегические альянсы	6	1	1			4
Тема 8 Компании будущего	6	1	1			4
Тема 9 Корпоративная культура в МНК	6	1	1			4

Тема 10 Международные организации	6	1	1			4
Тема 11 Международное и государственное регулирование внешнеэкономической деятельности (ВЭД)	6	1	1			4
Тема 12 Международный маркетинг: общий обзор	6	1	1			4
Тема 13 Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия.	6	1	1			4
Тема 14. Среда международного маркетинга	6	1	1			4
Тема 15 Международные маркетинговые исследования	6	1	1			4
Тема 16. Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок	6	1	1			4
Тема 17 Международная политика ценообразования	6	1	1			4
Тема 18 Международные маркетинговые коммуникации	6	1	1			4
Итого часов	108	18	18			72

3.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Вводная лекция Введение в курс «Международный менеджмент»

Основные понятия и роль международного менеджмента. Предпосылки международного менеджмента. Экспортный менеджмент. Специфика международного менеджмента.

Тема 2. Роль международных компаний в современном мире

Понятие международного бизнеса. Этапы развития международного бизнеса. Основные черты международного бизнеса. Виды международного бизнеса. Мотивация международного бизнеса. Международные компании и их роль в процессе глобализации. Особенности международного бизнеса

Тема 3. Организационное построение международных компаний

Организационные формы международных компаний. Основные структурные элементы международных компаний. Уровни управления в международных компаниях

Тема 4. Планирование и контроль деятельности международной компании

Планирование деятельности международной компании. Стратегическое планирование в международной компании. Организация процесса планирования. Особенности реализации функции контроля в международных компаниях/

Тема 5. Международные стратегии МНК

Международный бизнес фирмы и ее конкурентные преимущества. Базовые модели вхождения МНК на международные рынки.Базовые стратегии прямых зарубежных инвестиций

Тема 6. Слияния и поглощения компаний

Сущность и история слияний и поглощений. Классификация сделок по слияниям и поглощениям. Мотивы объединения компаний

Тема 7. Стратегические альянсы

Стратегические альянсы как перспективная форма интеграции компаний. Цели создания альянсов. Организационные аспекты построения стратегических альянсов. Классификация стратегических альянсов

Тема 8. Компании будущего

Трансформация управления в компаниях. Горизонтальные компании. Сетевые компании. Преимущества и недостатки сетевых компаний

Тема 9. Корпоративная культура в МНК

Роль корпоративной культуры в МНК. Функции корпоративной культуры. Переменные кросс-культурных проблем международного бизнеса

Тема 10. Международные организации

Понятие международных организаций. Организация Объединенных Наций (ООН). Международный валютный фонд (МВФ). Международный банк реконструкции и развития (МБРР). Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ). Организация Североатлантического договора (НАТО). Европейский союз (ЕС). Совет Европы

Тема 11. Международное и государственное регулирование внешнеэкономической деятельности (ВЭД)

Управление внешнеэкономической деятельностью: сущность, функции и специфика. Цели и задачи государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в РФ. Органы государственного и негосударственного регулирования и управления внешнеэкономической деятельностью/

Тема 12. Международный маркетинг: общий обзор

Международный маркетинг: содержание, понятия и сущность.

Тема 13. Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия.

Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия. Интернационализация мирового хозяйства и новые приоритетымеждународного маркетинга.

Тема 14. Среда международного маркетинга

Международная экономическая среда. Социально-культурная среда международного маркетинга. Международная политико-правовая среда.

Тема 15. Международные маркетинговые исследования

Особенности и цели международных маркетинговых исследований. Типология международных исследований рынка. Стадии процесса международного маркетингового исследования.

Тема 16. Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок

Подход к выбору зарубежного рынка. Анализ внешних рынков. Стратегии выхода на зарубежные рынки.

Тема 17. Международная политика ценообразования

Систематизация видов мировых цен. Принципы определения внешнеторговых цен. Ценовая стратегия, соответствующая рынку.

Тема 18. Международные маркетинговые коммуникации

Политика рекламы на мировых рынках. Прямые методы международных маркетинговых коммуникаций. Организация товародвижения компанией, выступающей на внешних рынках.

Резюме (краткая аннотация проекта, обзорный раздел). Описание предприятия и отрасли. Описание предлагаемой продукции (услуг). План маркетинга. Производственный план. Организационный план. Инвестиционный план (план капитальных вложений). 9. Финансовый план.

.

3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

Семинар 1. Кросскультурный менеджмент: современные тенденции и актуальные проблемы. Межэтническая напряженность и управление культурными различиями Необходимость изучения кросскультурного менеджмента. Его предмет, цели, методы и задачи. Основные направления и актуальные проблемы. Изучение межэтнических отношений и выявление возможных очагов межэтнической напряженности. Индивидуальные различия как основа межгрупповых конфликтов. Кросс-культурный шок и способы его преодоления.

Вопросы для обсуждения:

1. Международный менеджмент как учебная дисциплина: его предмет, объект и задачи. Необходимость изучения.

2. Основные направления и актуальные проблемы кросс-культурного менеджмента.

Семинар 2. Управление межкультурными различиями. Специфика профессиональной деятельности и подготовки менеджеров, работающих в ситуациях межкультурного взаимодействия. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

Вопросы для обсуждения:

1. Кросс-культурный шок и способы его преодоления.

2. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

Семинар 3. Концепция деловой культуры в международной системе координат Проблемы адекватного определения и «измерения». Понятие деловой культуры, ее элементы. Уровни культуры: глобальный, кластерный, национальный, корпоративный. Их взаимодействие.

Вопросы для обсуждения:

1.Понятие деловой культуры, ее элементы и уровни

2. Системы ценностей в национальных культурах.

Семинар 4. Неоднородность культурного пространства: доминирующая культура, субкультуры и контркультуры. Сила культуры и факторы ее определяющие. Различия в подходах к изучению культуры: культурные универсалии и системы ценностей в зависимости от национальной принадлежности и типа личности (Д.Мэрдок, Дж.Рокич, Оллпорт, Вернон, Линдзи).

Вопросы для обсуждения:

1. Верования как основа кросс-культурных сопоставлений

2. Параметры воздействия на деловую культуру: факторы бизнес-окружения

Семинар 5. Система ценностей как детерминанта поведения. Верования и ценностные ориентации как основа кросс-культурных сопоставлений (С.Иошимури, У.Нойман). Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур).

Вопросы для обсуждения:

1. Культурные контрасты в системе американской культуры.

2. Культурные контрасты в системе японской культуры.

3. Культурные контрасты в системе арабской культуры

Семинар 6. Культурные различия и этика. Параметры воздействия на деловую культуру: факторы бизнес-окружения (системный подход по Дж.Миллеру) и национально-этнический фактор в деловых культурах. Понятие, сущность и функции стереотипов. Этническая стереотипизация. Явление этноцентризма. Стереотипизация и повышение эффективности межэтнического взаимодействия.

Вопросы для обсуждения:

1.Культурные различия и этика

2.Этническая стереотипизация.

3. Явление этноцентризма.

Семинар 7. Параметры национальной деловой культуры и критериальная база международных сопоставлений Переменные национальной культуры и их сравнительный анализ в деловых культурах различных стран. Факторы, воздействующие на формирование национальной культуры. Социальные ориентации и их влияние на различие национальных культур (Г.Лейн, Дж.Дистефано). Базовые критерии межкультурных различий (Г.Хофштеде, Ф.Тромпенарс).

Вопросы для обсуждения:

1. Переменные национальной культуры и их сравнительный анализ в деловых культурах различных стран

2. Базовые критерии межкультурных различий по Г.Хофштеде. 3.Теория «Z» по У.Оучи 4.Базовые критерии межкультурных различий по Ф.Тромпенарсу

Семинар 8 Проблемы и возможности синергии национальных культур (теория «Z» по У.Оучи). Учет национальных стереотипов в деятельности международного менеджера. Классификация переменных национальной культуры. Воздействие культуры нации на организацию. Культурный Образовательная программа отдельных стран. Критериальная база международных сопоставлений.

Вопросы для обсуждения:

5.Культурный Образовательная программа страны

6.Учет национальных стереотипов в деятельности международного менеджера.

Семинар 9. Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте Коммуникации и межличностные отношения. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах.

Вопросы для обсуждения:

1. Высоко- и низкоконтекстуальные культуры.

2. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах.

Семинар 10. Зависимость коммуникации от национально-культурного контекста. Этнические основания и взаимосвязи языка, мышления и культуры. Роль языка в межэтническом общении. Высоко- и низкоконтекстуальные культуры. Переменные бизнес-культуры и их воздействие на коммуникацию. Культурный шум. Обучение международным коммуникациям и управление ими.

Вопросы для обсуждения:

1. Этнические символы и «подарочные конфликты» в межкультурном взаимодействии.

2. Условия эффективной межкультурной коммуникации.

Семинар 11. Влияние культуры на процесс переговоров. Организация подготовки и проведения переговоров с учетом поведенческих особенностей в деловых культурах различных стран. Сравнение стилей ведения переговоров. Управление переговорным процессом. Развитие культурной восприимчивости. Национально-культурная корректность.

Вопросы для обсуждения:

1. Условия эффективной межкультурной коммуникации.

2. Влияние культуры на процесс переговоров.

3. Модели ведения переговоров.

Семинар 12. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте Национальная культура и управление организацией. Организационная и национальная культура. Стратегия, структура и культура организации.

Вопросы для обсуждения:

1. Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие

2. Классификационные критерии корпоративных культур

Семинар 13. Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие. Классификационные критерии корпоративных культур. Эгалитарные и иерархические культуры. Модели корпоративных культур, их характерные особенности и сравнительный анализ.

Вопросы для обсуждения:

1. Уровень, тип экономического развития и модель корпоративной культуры: проблемы востребованности и соответствия.

2. Сравнительный анализ моделей корпоративных культур

Семинар 14. Мотивация и стили лидерства в различных странах Значимость труда в различных бизнес-культурах. Факторы, влияющие на отношение к труду, национальные особенности. Межкультурные сопоставления моделей мотивации в различных странах. Мотивация культурно-разнородного персонала. Национальная специфика продвижения, подготовки и переподготовки кадров.

Вопросы для обсуждения:

1. Значимость труда в различных бизнес-культурах.

2. Факторы, влияющие на отношение к труду, национальные особенности.

3. Межкультурные сопоставления моделей мотивации в различных странах.

Семинар 15. Характеристики национальных стилей лидерства. Западный и восточный варианты организации власти. Различия в представлениях о статусе и лидерстве. Факторы, воздействующие на эффективность лидерства в различных культурах.

Вопросы для обсуждения:

1. Национальные модели лидерства.

2. Различия в представлениях о статусе и лидерстве.

3. Факторы, воздействующие на эффективность лидерства в различных культурах.

Семинар 16. Управление человеческими ресурсами в международном контексте Межгосударственные различия в управлении человеческими ресурсами: классификация проблем. Влияние различий между странами на управление человеческими ресурсами: институциональные, культурные, экономические факторы и факторы трудовых затрат.

Вопросы для обсуждения:

1. Межгосударственные различия в управлении человеческими ресурсами: классификация проблем.

2. Влияние различий между странами на управление человеческими ресурсами.

Семинар 17. Практикуемые подходы к подбору, отбору, продвижению и обучению персонала в международной фирме. Компенсационная политика.

Вопросы для обсуждения:

1. Признание ценности различий и управление разнородной рабочей силой.

2. Развитие навыков, необходимых для успешного межкультурного взаимодействия.

Семинар 18. Культурная чувствительность и кросс-культурная компетентность.

Вопросы для обсуждения:

Вопросы для обсуждения:

1. Практикуемые подходы к подбору, отбору, продвижению и обучению персонала в международной фирме. Компенсационная политика.

2. Признание ценности различий и управление разнородной рабочей силой.

3. Культурная чувствительность и кросс-культурная компетентность

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Основная литература

1. Мясоедов, С. П. Международный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489087

4.2 Дополнительная литература:

1. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 265 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-00365-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489699

4.3. Электронные образовательные ресурсы:

При изучении дисциплины предусмотрено использование ЭОРа «Международный менеджмент»: https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=10962

4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение.

Офисные приложения, Microsoft Office 2013 (или ниже) – Microsoft Open License. Лицензия № 61984042

4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. http://www.gov.ru Сервер органов государственной власти Российской Федерации.
2. http://www.mos.ru Официальный сервер Правительства Москвы.
3. http://www.minfin.ru Министерство финансов РФ.
4. http://www.garant.ru ГАРАНТ Законодательство с комментариями.
5. http://www.gks.ru Федеральная служба государственной статистики.
6. http://www.rg.ru Российская газета.
7. http://www.prime-tass.ru ПРАЙМ-ТАСС Агентство экономической информации.
8. http://www.rbc.ru РБК (РосБизнесКонсалтинг).
9. http://www.businesspress.ru Деловая пресса.
10. http://www.ereport.ru Мировая экономика.
11. http://uisrussia.msu.ru Университетская информационная система России.
12. http://www.forecast.ru ЦМАКП (Центр Макроэкономического Анализа и Краткосрочного Прогнозирования).
13. http://www.cfin.ru Корпоративный менеджмент.
14. http://www.fin-izdat.ru Издательский дом «Финансы и кредит»
15. http://economist.com.ru Журнал «Экономист».
16. http://www.vopreco.ru Журнал «Вопросы экономики».
17. http://www.mevriz.ru Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
18. http://systems-analysis.ru/ Лаборатория системного анализа
19. https://gtmarket.ru/concepts/7111 Системный анализ
20. http://minpromtorg.gov.ru/ Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.
21. http://www.rg.ru Российская газета.

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Аудитории для лекционных и семинарских занятий общего фонда: столы учебные со скамьями, аудиторная доска, переносной мультимедийный комплекс (проектор, проекционный экран, ноутбук). Рабочее место преподавателя: стол, стул.

6. Методические рекомендации

6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения.

Текущий контроль (осуществляется лектором и преподавателем): правильность ответов на вопросы по пройденным темам; оценка существующих мнений и подходов к решению конкретных задач; подготовка эссе; промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.

При выполнении текущего контроля возможно использование тестового материала. Образцы контрольных вопросов и заданий для проведения текущего контроля приведены в приложении. При реализации программы бакалавриата организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. Все материалы размещаются в СДО Московского Политеха.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции. При чтении лекций по дисциплине могут использоваться электронные мультимедийные презентации.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре.

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. На интерактивных занятиях студенты должны проявлять активность.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельной темы учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по определяется учебным планом. При самостоятельной работе студент взаимодействует с рекомендованными материалами при участии преподавателя в виде консультаций. Электронно-библиотечной система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, они будут обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Методические рекомендации по составлению презентаций.

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением PP. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

Мультимедийная компьютерная презентация – это:

- динамический синтез текста, изображения, звука;
- самые современные программные технологии интерфейса;
- интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом;
- мобильность и компактность информационных носителей и оборудования;
- способность к обновлению, дополнению и адаптации информации;

- невысокая стоимость.

Правила оформления компьютерных презентаций

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Правила выбора цветовой гаммы.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.
- Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызывала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Оформление текстовой информации:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;

- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Оформление графической информации:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Содержание и расположение информационных блоков на слайде:

- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

7. Фонд оценочных средств

7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и содержание индикатора достижения компетенции	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
ОПК - 4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ИОПК-4.1. Знает методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций. ИОПК-4.2. Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций. ИОПК-4.3. Владеет навыками и методами выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций.	УО Д	**Базовый уровень** - способен анализировать, применять навыки и функции компетенции в учебных и подготовленных ситуациях **Повышенный уровень** - способен анализировать, применять навыки и функции компетенции на практике и в нестандартных ситуациях
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции		**Базовый уровень** воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля **Повышенный уровень** - способен анализировать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте

7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

В процессе освоения образовательной программы компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

ОПК - 4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
ИОПК-4.1. Знает методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций. Обучающий свободно оперирует приобретенными знаниями.

ИОПК-4.2. Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности;	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности
ИОПК-4.3. Владеет навыками и методами выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организации .формированию новых бизнес-моделей	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками и методами выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций формированию новых бизнес-моделей	Обучающийся недостаточно владеет навыками и методами выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций формированию новых бизнес-моделей	Обучающийся частично владеет навыками и методами выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций формированию новых бизнес-моделей	Обучающийся полностью владеет навыками и методами выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности организаций формированию новых бизнес-моделей
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: современного состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: современного состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: современного состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: современного состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах

		знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.		
ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет и понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений и пониманий значения для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений и пониманий значения для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений И	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений и пониманий значения для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений
ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками и методами взаимодействия с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	Обучающийся недостаточно владеет навыками и методами взаимодействия с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	Обучающийся частично владеет навыками и методам взаимодействия с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	Обучающийся полностью владеет навыками и методами взаимодействия с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Итоговая аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине

(модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

К итоговой аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами»

Шкала оценивания	***Описание***
Зачтено	*Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.*
Не зачтено	*Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.*

7.3. Оценочные средства по дисциплине «Международный менеджмент»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
2	Зачет (З)	Итоговая форма оценки знаний. В высших учебных заведениях проводятся во время экзаменационных сессий.	Контрольные вопросы к зачету

4	Тест (Т)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

7.3.1. Текущий контроль

Темы докладов по дисциплине
«Международный менеджмент»
(формирование компетенции ОПК -4, УК-5)

1. Этноцентризм в межэтнических отношениях
2. Специфика управления «мультикультурными» командами и организациями
3. Влияние национальной культуры на способность к разработке новых продуктов
4. Протестантская этика и западная деловая культура.
5. Ислам и восточная деловая культура.
6. Католицизм и его влияние на формирование западноевропейской деловой культуры.
7. Православие, его базовые ценности и их отражение в российской деловой культуре.
8. Мультикультуризм в обществе: благо или зло?
9. Актуальные проблемы и способы формирования кросс-культурной компетенции менеджеров.
10. Многообразие национальных культур и межэтнические конфликты в Европе о Национальные модели переговорного процесса
11. Невербальные национально-культурные особенности коммуникаций в бизнесе
12. «Подарочный конфликт» в бизнесе и способы его преодоления
13. Различия в монохромных и полихромных культурах и их использование в практике управления
14. Национальные особенности подбора персонала
15. Этика и доверие в международном бизнесе
16. Культурные контрасты в системах ценностей наций
17. Кросс-культурная компетентность менеджера и толерантное отношение к другим культурам
18. Система всеобщего управления качеством за рубежом и в России

Критерии оценки доклада

№	Критерий	Оценка			
		отл.	хор.	удовл.	неудовл.

1	Структура доклада	В докладе присутствуют смысловые части, сбалансированные по объему	В докладе присутствуют три смысловые части, несбалансированные по объему	Одна из смысловых частей в докладе отсутствует	В докладе не прослеживается наличие смысловых частей
2	Содержание доклада	Содержание отражает суть рассматриваемой проблемы и основные полученные результаты	Содержание не в полной мере отражает суть рассматриваемой проблемы или основные полученные результаты	Содержание не в полной мере отражает суть рассматриваемой проблемы и основные полученные результаты	Содержание не отражает суть рассматриваемой проблемы или основные полученные результаты
3	Владение материалом	Студент полностью владеет излагаемым материалом, ориентируется в проблеме, свободно отвечает на вопросы	Студент владеет излагаемым материалом, ориентируется в проблеме, затрудняется в ответах на некоторые вопросы	Студент недостаточно свободно владеет излагаемым материалом, слабо ориентируется в проблеме	Студент не владеет излагаемым материалом, слабо ориентируется в проблеме
4	Соответствие теме	Изложенный материал полностью соответствует заявленной теме	Изложенный материал содержит элементы, не соответствующие теме	В изложенном материале присутствует большое количество элементов, не имеющих отношение к теме	Изложенный материал в незначительной степени соответствует теме

7.3.2. Промежуточная аттестация

Вопросы к зачёту по дисциплине «Международный менеджмент» (формирование компетенции ОПК – 4, УК-5)

ЗНАТЬ:

1. Сущность понятия «культура» в контексте задач «кросс-культурного менеджмента».
2. Понятие ценностей, норм и моделей поведения.
3. Социализация и культурная идентичность.
4. Основные особенности современной российской деловой культуры; в чем проявляется взаимосвязь с традициями.
5. Специфика кросс-культурных взаимодействий в условиях транснационализации деловой культуры.
6. Трансформация функций деловой культуры в условиях становления информационного общества.
7. Основные типы коммуникативных стилей в межкультурном общении.
8. Специфика «западного» и «восточного» стилей поведения в переговорном процессе.

9. Сущность понятий «деловое общение» и «деловые коммуникации».
10. Особенности соотношения делового дресс-кода и статуса.
11. Каковы принципы современной PR-этики и «медиаэтики» в поликультурных средах?
12. Какие эффективные принципы и практики формирования социально позитивного бизнес-имиджа вам известны?
13. Классификация деловых культур Р.Льюиса.
14. Характеристика «реактивных» культур и специфика их взаимодействия с другими культурами.
15. Характеристика «моноактивных» культур и специфика их взаимодействия с другими культурами.
16. Характеристика «полиактивных» культур и специфика их взаимодействия с другими культурами.
17. Национально-культурные различия в концепции Ф. Тромпенаарса.
18. Можно ли обнаружить сходства между восточным и западным типом деловых культур; в чем проявляются различия? Раскройте на примерах.
19. Значение кросс-культурных компетенций в формировании эффективных стратегий управления в контексте модернизационных и инновационных преобразований. Раскройте на примерах.
20. В чем состоят основные принципы конструктивного межкультурного диалога в аспекте деловых переговоров. Раскройте на примерах.
21. Параметры деловой культуры в классификации Г.Хофстеде.
22. Сущность параметра «дистанция власти». Раскройте на примерах.
23. Сущность параметра «индивидуализм/коллективизм». Раскройте на примерах.
24. Сущность параметра «маскуллиность/феминность». Раскройте на примерах.
25. Сущность параметра «избегание неопределенности». Раскройте на примерах.
26. Параметр деловой культуры «конфуцианский динамизм».
27. Основные разновидности тактики ведения деловых переговоров. Раскройте на примерах.
28. Охарактеризуйте виды вербальных и невербальных коммуникаций.
29. Основные принципы эффективного делового общения в разных культурах. Раскройте на примерах.
30. Формы и принципы организации оптимального делового общения: интерактивного и дистанционного
31. Современные модели и практики формирования лидера, существующие в пространстве кросс-культурного менеджмента
32. Различия между классическим деловым этикетом и современными правилами хорошего тона в сфере деловых коммуникаций.
33. Основные принципы и нормы деловой этики в международном менеджменте

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет социальных технологий и управления_____Кафедра «Менеджмент»
Дисциплина : Международный менеджмент
Направление подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»

Курс:____, группа_____, форма обучения: очная, очно-заочная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1.

1. Вопрос, оценивающий компетенцию
2. Вопрос, оценивающий компетенцию

Утверждено на заседании кафедры «___»_____2023 г., протокол № __.

Зав. кафедрой «Менеджмент»_____/Алёнина Е.Э./