

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ
(СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

«УТВЕРЖДАЮ»

**Проректор по учебной работе
Российско-Таджикского
(Славянского) университета
« 30 » _____ 2017г.
Расулов Н.С.**



**ПРОГРАММА
ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА
В МАГИСТРАТУРЕ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
380402 «МЕНЕДЖМЕНТ»
ПРОГРАММА «МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

ДУШАНБЕ-2017

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
«Менеджмент и туризм» протокол № 1 от 28 августа 2017 г.

Зав. кафедрой  Амонова Д.С.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

При прохождении итогового испытания в ходе междисциплинарного государственного экзамена по направлению «Менеджмент» (магистерская программа «Международный менеджмент») выпускник магистратуры с квалификацией (степенью) «магистр» должен обладать следующими компетенциями, необходимыми для профессиональной деятельности:

- способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования;
- способностью к изменению профиля своей профессиональной деятельности;
- способностью самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;
- способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия;
- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- обладанием навыками публичных деловых и научных коммуникаций;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию;
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации.

А также:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию;
- уметь использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами;
- владеть методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- владеть методами стратегического анализа;
- способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности;
- способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы;
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ПРОГРАММЫ

РАЗДЕЛ I. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРА НАПРАВЛЕНИЯ «МЕНЕДЖМЕНТ» ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ «МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Базовая часть

1. ДИСЦИПЛИНА «УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА»

Тема 1. Введение

Экономика и принятие управленческих решений. Понятие управленческой экономика». Экономическая теория и управленческая экономика. Аналитические средства. Управленческая экономика и мировая экономика.

Раздел 1. Теория поведения потребителей и рыночный спрос

Тема 2. Предпочтения и выбор потребителя

Анализ спроса и потребительское поведение. Аксиомы потребительского выбора. Функция полезности и её виды. Бюджетное ограничение. Построение кривых «доход – потребление» и кривых Энгеля для разных категорий экономических благ. Практическое применение эффекта дохода и эффекта замещения (по Слуцкому и Хиксу).

Тема 3. Количественный анализ спроса

Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность спроса по цене. Факторы. Ценовой эластичности. Дуговая эластичность. Эластичность спроса по доходу, перекрёстная эластичность спроса по цене. Излишек (выгода) потребителя. Регрессионный анализ.

Раздел 2. Теория производства, издержек, прибыли и рыночное предложение. Рыночные структуры

Тема 4. Фирма и её цели

Классификация фирм. Организационно-правовые формы. Экономические и неэкономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Эластичность предложения. Излишек (рента) производителя.

Тема 5. Фирма. Оценка производства и издержек

Производственная функция. Предельная функция технологического замещения. Теория и оценка издержек: краткосрочный и долгосрочный период. Максимизация прибыли и предложение конкурентной фирмы.

Тема 6. Рыночные структуры. Управление фирмой, действующей на рынке совершенной и несовершенной конкуренции

Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: совершенная конкуренция. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: монополия. Виды ценовой дискриминации. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: монополистическая конкуренция и олигополия (модели Суизи, Курно, Бертрана, Штакельберга).

Раздел 3. Выработка управленческих решений в условиях неопределённости, риска и асимметричности информации

Тема 7. Анализ риска и неопределенности

Концепция определенности и неопределенности. Причины и последствия неполноты информации. Выработка решения в условиях риска (предполагаемая стоимость, измерение риска, корректировка риска, дерево решений). Выработка решений в условиях неопределенности.

Раздел 4. Рынки факторов производства

Тема 8. Фирма на рынке ресурсов

Рынок и фирма как альтернативные формы взаимодействия. Причины возникновения фирмы. Границы фирмы. Труд. Предложение труда (зависимость от заработной платы, незарплатных выплат, ограничения часов работы и т.д.). Асимметрия информации на рынке труда. Сигнализирование. Капитал. Межвременной выбор. Оценка инвестиционных проектов.

Раздел 5. Государство, общество и управленческие решения фирмы

Тема 9. Асимметричность информации и управленческие решения. Теория «принципал-агент» и выработка управленческих решений

Рынки с асимметричной информацией. Страхование и моральный риск. Ситуация «принципал-агент». Влияние риска на взаимодействие «принципал-агент».

Тема 10. Институциональные аспекты рыночной экономики. Общественный выбор

Внешние эффекты. Налоги и субсидии. Общественные блага. Проблема безбилетника. Проблемы общественного выбора.

Литература

а) основная литература:

1. Абель Э., Бернанке Б. Макроэкономика. – СПб: Питер, 2010.
2. Байе М. Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.
3. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика. Практический подход (Managerial Economics). – М.: Изд-во «КноРус», 2011.
4. Джейли Дж. А., Ренин Ф. Дж. Микроэкономика продвинутого уровня. – М.: Изд. Дом Гос. Ун-т – Высшая школа экономики, 2011.
5. Исаев В.А. Экономика для менеджеров. – М.: РУДН, 2012.
1. Кит П., Янг Ф. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя. 5-е изд. – Изд-во «Питер», 2013.
6. Чеканский А.Н., Варюхин С.Е., Коцюева В.А. Управленческая экономика: практика применения. – М: Изд-во «Дело», 2012.

7. Черемных Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень. – М.: ИНФРА-М, 2012.

б) дополнительная литература:

1. Allen W., Doherty N., Weigelt K., Mansfield E. Managerial Economics. Theory, Applications, and Cases. Seventh Edition. – W.W.Norton&Company, London, New York, 2009.
2. Вэриан Х.Р., Микроэкономика, продвинутый уровень. Современный подход. – М.: Юнити, 1997.
3. Кузьмин Д.В. Микроэкономика. – М.: РУДН, 2007.
4. Курс экономической теории. Учебник. 5-е издание. / Под общ. ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. – Киров: АСА, 2005.
5. 50 лекций по микроэкономике. В 2-х томах. – СПб.: Экономическая школа, 2000.
6. Пиндайк Р.С., Рубинфельд Д.Л. Микроэкономика. Пер. с англ. – М.: Дело, 2000.
7. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономика» Р.М. Нуреева / [гл. ред. Р.М. Нуреев]. – М.: Норма, 2008.
8. Сио К.К. Управленческая экономика. – М.: ИНФРА-М, 2000.
9. Франк Р. Микроэкономика и поведение. Пер. с англ. – М.: Норма, 2004.
10. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. Т.1-2. Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1992.
11. Экономика. Учебник. 3-е издание. / Под ред. А.И. Архипова и др. – М.: Проспект, 2005.
12. Экономика. Учебник. 4-е издание. / Под ред. А.С. Булатова. – М.: Экономистъ, 2005.
13. Экономика. Электронный учебник. / Под ред. В.А. Исаева. – М.: РУДН – Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, 2002.
14. Экономическая теория. Хрестоматия. Составитель: Борисов Е.Ф. – М.: Высшая школа, 2000.

в) электронные версии изданий по тематике курса:

1. Библиотека Либертариума («Moscow Libertarian Library (Russian)») – <http://libertarium.ru/library>
2. Библиотека Академии Наук – www.csa.ru/ban
3. Библиотека МГУ – www.lib.msu.su
4. Библиотека экономической и деловой литературы – <http://www.ek-lit.agava.ru>
5. Газета «Коммерсант» – www.kommersant.ru
6. Газета «Экономика и жизнь» – www.akdi.ru
7. Журнал «Вопросы экономики» – <http://infomag.mipt.rssi.ru/data/j112r.html>
8. Журнал «Деньги» – <http://www.kommersant.ru/money.aspx>
9. Журнал «Проблемы теории и практики управления» – <http://www.ptpu.ru>
10. Журнал «Эксперт» – www.expert.ru
11. Институт «Экономическая школа». Галерея экономистов – <http://www.ise.spb.ru/gallery/main.html>
12. Институт экономики переходного периода – www.iet.ru
13. Институт экономики РАН – www.inst-econ.org.ru
14. Информационное агентство Интерфакс – www.interfax.ru
15. Национальная электронная библиотека. Аналитические материалы – <http://www.nel.ru/analytdoc/svjdk.html>
16. Официальная Россия – www.gov.ru
17. Рабочий центр экономических реформ при Правительстве РФ – <http://wcer.park.ru>
18. Региональный фонд научно-технического развития – www.rfntr.neva.ru
19. РосБизнесКонсалтинг – <http://www.rbc.ru>
20. Российская Государственная Библиотека – www.rsi.ru
21. Росстат – www.gks.ru

2. ДИСЦИПЛИНА «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ»

1. Принятие решений в процессе управления

1.1. Системный анализ как методологическая основа проведения исследований в социологии, маркетинге и менеджменте. Роль и место принятия решений в процессе управления.

1.2. Моделирование и процесс принятия решений. Общая характеристика, проблемы и цели социологических исследований.

1.3. Свойства, классификация и источники информации. Этапы и процесс исследования. Измерение характеристик объектов, шкалы. Виды, назначение и архитектура вопросов. Композиция анкеты.

1.4. Определение типа информации, источников ее получения, методов сбора данных исследования. Анализ вторичной информации и оперативные базы данных.

1.5. Подготовка плана, выделение объектов исследования и планирование выборки данных. Постановка задачи, цели исследования, детализация метода исследований.

1.6. Методы сбора информации: наблюдение, эксперимент, опрос, и их роль в проведении исследований. Культурные аспекты и влияние инфраструктуры.

2. Количественные и вероятностные методы исследования

2.1. Точечные оценки параметров и их классификация. Оценка функции распределения; гистограммы и полигон. Выборочные характеристики как оценки.

2.2. Интервальные оценки. Распределения: нормальное, χ -квадрат и Стьюдента. Доверительные интервалы для параметров нормального распределения.

2.3. Основные источники информации для исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков

2.4. Практика экономико-математического моделирования анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков.

Литература

а) основная литература:

1. Бернс Э.С., Буш Р.Ф. Основы маркетинговых исследований с использованием Microsoft Office Excel. – М.: Вильямс, 2012.
2. Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2012.
3. Лысов О. Е. Методы прикладных исследований в менеджменте: учеб. пособие / О. Е. Лысов. – ГУАП. СПб, 2013.

б) дополнительная литература:

1. Матюшок В.М., Балашова С.А., Лазанюк И.В. Основы эконометрического моделирования с использованием Eviews: Учебное пособие. – М.: РУДН, 2010. – 164 с.
2. Берк К., Кэйри П. Анализ данных с помощью Microsoft Excel.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. – 560 с.
3. Малхорта Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2002.
4. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008.

3. ДИСЦИПЛИНА «ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»

Тема 1. Теория организации и ее место в системе знаний

Теория организации: основные определения. Предмет и метод теории организации. Система наук об организации и место теории организации среди других наук. Взаимодействие теории организации с др. науками: кибернетикой, биологией, социологией, правом, экономикой, психологией, экологией и др.; проблема единства знаний. Теоретические предпосылки организации социальных систем. Общие и специфические черты теории организации и теории систем. Теория организации и теории управления, информатики, принятия решений. Источники формирования теоретического знания в области организации. Логическая схема изучения теории организации. Задачи курса.

Тема 2. Сущность и содержание организации

Определение организации. Организация как объект. Организация как процесс. Организация и дезорганизация. Организованность. Организация как сложная динамическая система, имеющая цель. Виды организаций. Типология организаций по М. Веберу. Классификация организаций по А. Этциони. Классификация организаций по историческим типам. Организации формальные и неформальные. Открытые и замкнутые организационные системы. Концепция жизненного цикла организации. Стадии жизненного цикла. Содержание этапов жизненного цикла и основные проблемы их развития. Общие характеристики организации. Обязательные признаки организации.

Тема 3. Системный подход в теории организации

Эволюция понятия «система». Системный подход и системный анализ. Содержание и сущность, определения. Концепции «черных ящиков» и «белых ящиков». Системное мышление. Понятие «система». Иерархии и классификация систем: открытые и закрытые, естественные и искусственные, физические и абстрактные, детерминированные и стохастические, жесткие и мягкие, активные и пассивные, простые и сложные и др. Общие свойства сложных систем. Система организации и организационная система системная организация и организационная система. Организационные отношения, виды организационных отношений. Межорганизационные и внутриорганизационные отношения. Организационные задачи.

Тема 4. Хозяйственные организации как структурные единицы международной экономической системы

Типология и классификация экономических организаций: по размеру, по форме собственности, по источникам финансирования, по признаку формализации, по отношению к прибыли, по организационно-правовой форме и др. Общая характеристика экономической организации. Ресурсы, зависимость от внешней среды, горизонтальное разделение труда, подразделения, необходимость управления. Основные организационно-правовые формы предприятий. Цели и задачи управления производством. Функции управления производством, организационная структура производственного менеджмента. Организация управления производством. Внешняя среда и организационное поведение. Конкуренция и выживаемость производственно - хозяйственных организаций. Жизненный цикл предприятия. Предприимчивость руководителя предприятия. Модели Х Y Z. Американская и японская промышленные организации. Специфика российской промышленной организации.

Тема 5. Управление и информация в теории организации

Понятие управления. Краткая история общих представлений. Механизм управления. Обратная связь в менеджменте. Основные модели генезиса систем управления. Этапы усложнения механизма управления. Системно-кибернетический подход и информация в теории организации. Построение и развитие объяснительных моделей. Механизмы целеполагания и информации. Информация структурная и оперативная. Механизм управления самоорганизующихся систем. Саморегулирование и саморазвитие. Уровни организации, информация и энтропия. Неопределенность в системе. Взаимосвязь уровня организованности и информации. Визуальные организационные модели. Модель Парсона. Модель конкурирующих ценностей организационной эффективности Квина-Рорбаха. Модель «7с». Жизненный цикл менеджмента организации.

Тема 6. Самоорганизация и самоуправление

Введение в понятие «самоорганизация». Значимость самоорганизации для природных и социальных систем. Случайность и закономерность. Свобода и многовариантность. Начальные условия системы и ее развитие. Кибернетический и синергетический подходы к исследованию самоорганизации. Самоорганизация системы. Проблемы изменчивости и наследственности. Проблема отбора. Взаимоотношения между процессами целенаправленной организации и самоорганизации. Основные типы самоорганизующихся систем. Самонастраивающаяся и саморазвивающаяся системы. Самообучающаяся система. Самоорганизация мировой экономической системы.

Тема 7. Общие основания законов организации

Понятия: закон, закономерность. Содержание и определение данных понятий. Зависимости и их классификация. Условия перерастания зависимости в закон. Категории законов. Иерархия систем и субординация законов. Законы общие и специфические. трудности практического приложения требований, выражаемых объективными законами в управлении. Объективное и субъективное в социальной организации. Наиболее общие законы природного мира. А.А. Богданов о законах мира и законах развития его. Законы строения и функционирования. Основные требования к законам организации. Общие законы организации и характер их проявления. Особенности социальных систем. Специфические законы социальной организации.

Тема 8. Принципы динамической организации

Динамическая организация как упорядоченный процесс. Развитие живых систем: образование, функционирование, рост, развитие, старение. Классификация процессов: закономерные и случайные, дискретные и непрерывные, регулярные и эпизодические, установившиеся и переходные, управляемые и неуправляемые, латентные и наблюдаемые и др. Элементы процессов: фазы, этапы, интервалы, периоды, циклы, рециклы, операции, процедуры, задачи, проблемы. Действия, работы, стадии, функции, состояния. Переменные. Характеристики и критерии оценки качества процессов: безотказность, оперативность, точность, восстанавливаемость, готовность.

Тема 9. Субъекты управленческой деятельности

Организаторские задачи и организационные проблемы. Организаторы-творцы и организаторы-исполнители. Организация абстрактных и реальных систем. Организация и формирование социальных отношений. Субъект управления как субъект организаторской деятельности (политик, предприниматель, инженер, администратор). Различия в организации управления объектами разного целевого назначения и на разных уровнях иерархии. Роль менеджера. Организаторские и личные качества, необходимые менеджеру.

Тема 10. Феномен поведенческих дисциплин и их роль в управлении организацией

Содержание понятия «организационное поведение» и феномен поведенческих дисциплин. Объект, субъект и предмет курса Организационного поведения. Цели и задачи курса. Технократический и гуманистический методы управления. Научный метод организационного поведения и его основные этапы. Организационное поведение как социальная наука и его связь с другими науками. Организационное поведение как прикладная наука. Организационное поведение как вероятностная наука. Роль менеджера, как субъекта Организационного поведения. Личностные характеристики менеджера для решения задач Организационного поведения.

Тема 11. Исторические основы современной науки «организационное поведение»

Вклад российских и зарубежных ученых в науку Организационное поведение. Исследования П. Гехра и его вклад в науку Организационное поведение. Роль промышленной психологии Г. Мюнстерберга для организационного поведения. Сущность и основные этапы Хоторнских экспериментов. Роль Хоторнских экспериментов для развития науки Организационное поведение. Роль Э. Мэйо в становлении науки Организационное поведение. Бихевиоризм как основа организационного поведения.

Тема 12. Основные характеристики индивида.

Понятие индивида и индивидуальных характеристик. Важность изучения индивидуальных характеристик в Организационном поведении. Структура индивидуальных характеристик. Демографические и психологические характеристики индивидов. Умения и способности, как характеристики индивидов. Составные элементы компетенции работников. Влияние ценностей на индивидуальное поведение. Классические и современные теории личности. Роль психоаналитической теории З.Фрейда и К. Юнга в изучении личности. Теория характерных черт Г. Олпорта и Р. Кеттела. Гуманистическая теория А. Маслоу и К. Роджерса. Теория социального обучения А.Бандуры. Психологические методики изучения индивида в Организационном поведении. Классификация темпераментов индивида. Социологические и практические методы в изучении индивида. Спорные методики в изучении индивидуальных характеристик.

Тема 13. Восприятие и научение в организационном поведении

Восприятие, как когнитивный процесс. Понятие восприятие и его сущность. Исторические основы изучения восприятия. Важность изучения индивидуального восприятия для современного менеджмента. Основные различия понятий «ощущение» и «восприятие». Виды восприятия. Факторы, влияющие на индивидуальное восприятие. Подпроцессы восприятия. Избирательность восприятия. Понятие и сущность социального восприятия. Виды социального восприятия: уровень индивида и уровень группы. Эффекты восприятия. Понятие стереотипа. Индивидуальные стереотипы. Основные стереотипы восприятия на рабочем месте. Формы организации восприятия. Основные принципы группировки восприятия. Особенности социального восприятия и факторы, влияющие на него. Понятие и сущность научения. Учения Э. Торндайка о научении. Отличие понятий «знание» и «понимание». Важность изучения основ научения для современного менеджера. Факторы, влияющие на научение индивида. Познательный цикл Колба. Познание типов Хорда и Мамфорда. Методы научения индивидов. Условно-рефлекторное научение И.Павлова. Инструментальное научение Б.Скиннера. Два подхода к объяснению процесса научения: бихевиоризм и когнитивная психология. Понятие и сущность модификации индивидуального поведения. Обучение сотрудников, как часть научения навыкам.

Тема 14. Роль мотивации в модификации индивидуального поведения

Понятие мотивации и стимулирования. Отличие мотивации и стимулирования. Цели стимулирования. Исторические аспекты стимулирования и мотивации персонала в организации. Технократический и гуманистический подходы к стимулированию персонала. Влияние стимулирования на поведение индивидов в организации. Поведенческие аспекты мотивации. Изучение потребностей индивидов. Ранние теории мотивации: содержательные и процессуальные теории. Теория иерархии потребностей А. Маслоу. Теория X и Y МакГрегора. Теория ERG Клейтона Альдерфера. Теория трех типов приобретенных потребностей МакКлеланда. Теория справедливости С.Адамса. Теория ожидания В.Врума. Комплексная теория Портера-Лоулера. Современные теории мотивации. Особенности процесса стимулирования индивида в организационном поведении. Принципы стимулирования. Материальные и нематериальные методы стимулирования. Отрицательное стимулирование и его влияние на поведение индивидов в организации. Метод индивидуального стимулирования. Особенности мотивации в российских и зарубежных компаниях.

Тема 15. Концепция группы в организационном поведении

Место групп в деятельности организаций. Понятие и содержание группы. История исследования рабочих групп в России и за рубежом. Взгляды Ф.Тейлора и Э.Мейо на феномен групп в организации. Основные характеристики групп и их влияние на решение различных групповых задач. Условия существования группы. Групповые нормы и факторы их формирования. Социальная структура группы. Классификация групп в организационном поведении. Рабочие и управленческие группы в организационном поведении. Понятие неформальной группы в организации. Отличия формальных и неформальных групп. Признаки неформальной группы. Задачи неформальной группы в организации. Причины образования неформальной группы. Особенности функционирования неформальных групп. Преимущества и недостатки существования неформальных групп для организации. Факторы, оказывающие влияние на поведение работников в неформальных группах. Стадии развития и функционирования неформальной группы. Стратегия управления неформальными группами. Методы управления группами. Механизм воздействия на лидеров и членов неформальных групп.

Тема 16. Групповая эффективность и управление командами

Понятие эффективной группы. Основные характеристики эффективных групп. Факторы, влияющие на эффективность группы. Управленческое воздействие на группы. Модели решения проблем в эффективных группах. Основные формы эффективных групп. Групповые эффекты: понятие и виды. Понятие и сущность «групповой динамики». Механизм и основные факторы формирования групп и группового поведения. Жизненный цикл группы. Модель Б. Такмана и Н. Дженсена. Межгрупповая динамика. Стратегия и механизм построения эффективных межгрупповых отношений. Содержание и понятие команды в организационном поведении. Исторические аспекты создания и управления командами в менеджменте. Причины использования команд в практике современных компаний. Характеристики команд. Типология команд. Основные подходы к формированию и управлению командами в организации. Этапы формирования команд. Методы формирования команд. Ролевая структура команд М.Белбина. Виды командообразования в современных компаниях. Особенности и тенденции развития зарубежного и российского рынка командообразования.

Тема 17. Организационная культура МНК и ее влияние на организационное поведение

Роль изучения организационной культуры в организационном поведении. Природа организационной культуры. Понятие организационной культуры. Исторические аспекты изучения организационной культуры. Факторы, влияющие на культуру в организации. Типология культур в организации. Классификация Г.Хофстеда. Типология

организационной культуры Клюкхона и Стродтбека. Поверхностный и подповерхностный уровни организационной культуры. Основные элементы организационной культуры. Создание и поддержание культуры. Механизм и факторы формирования организационной культуры. Влияние организационной культуры на поведение индивида и групп в организации. Проблемы управленческой работы в других культурах. Особенности поведения менеджера в инокультурной среде. Аспекты культур, определенных Г.Хофстедом. Основные различия восточных и западных культур. Характеристики национальных культур. Влияние перехода в иную культурную среду на поведение индивида. Особенности адаптации к чужой культуре и ее основные этапы. Понятие культурного шока. Проявление и способы преодоления культурного шока. Методы подготовки к работе в других культурах. Поведение индивидов и групп в различных культурных средах. Особенности управления многонациональным коллективом. Воздействие культурных ценностей на организационное поведение. Особенности мотивации индивидов в различных культурах. Методы подготовки к управлению многонациональными коллективами.

Тема 18. Управление коммуникациями в международных компаниях

Понятие и сущность коммуникаций. Отличие понятий «коммуникации» и «общение». Роль коммуникаций в управлении индивидуальным и групповым поведением в организации. Основные функции коммуникаций в группе. Развитие учения о коммуникациях. Коммуникативные революции в истории. Характеристика современного состояния коммуникаций в компаниях. Эффективные и неэффективные коммуникации. Классификации коммуникаций. Факторы, влияющие на стиль коммуникаций в группах. Процесс коммуникаций. Средства передачи информации в организации. «Помехи» коммуникаций. Проблема обратной связи в организации. Методы управления коммуникациями в группах и организации. Коммуникативный стиль руководителя. Особенности построения коммуникаций в многонациональных компаниях.

Литература

а) основная литература:

Часть 1. Организационное поведение

1. Шапиро С.А. Организационное поведение. – М.: Кно-Рус. - 2012
2. Згонник Л.В. Организационное поведение. – М. Дашков и Ко. - 2010
3. Литвинюк А.А. Организационное поведение. – М.: Юрайт. - 2013
4. Сергеев А.М. Организационное поведение. – М.: Академия. - 2012
5. Кочеткова А.И. Введение в организационное поведение и организационное моделирование. – М.: Дело. - 2011
6. Красовский Ю. Д. Организационное поведение. – М.: Юнити. - 2012
7. Резник С.Д. Игошина И.А. Организационное поведение. – М.: Инфра-М. - 2012
8. Семиков В.Л. Организационное поведение. – М.: Рид Групп. - 2012
9. Спивак В.А. Организационное поведение. - Спб.: Юрайт, 2011

Часть 2. Теория организации

10. Дафт Р. Теория организации. – М.: Юнити-Дана. - 2009
11. Третьякова Е.П. Теория организации. – М.: КноРус. - 2012
12. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – М.: КноРус. - 2011
13. Лапыгин Ю.Н. Теория организации. – М.: Инфра-М. - 2010
14. Латфуллин. Г., Райченко А. Теория организации. – М.: Юрайт. - 2013
15. Мильнер Б.З. Теория организации. Учебник. – М.: Инфра-М. - 2010
16. Шеметов П.В., Петухова С.В. Теория организации. – М.: Омега-Л. - 2010

б) дополнительная литература:

Часть 1. Организационное поведение

1. Аширов Д.А. Управление персоналом / Учебное пособие. – М.: Проспект, 2009
 2. Белбин Р.М. Команды менеджеров. – М.: Нипро, 2009
 3. Васильев Г.А. Деева В.М. Организационное поведение. – М.: Юнити-Дана, 2005
 4. Геллерт М., Новак К. Все о командообразовании: руководство для тренеров / Пер. с нем. – М.: Вершина, 2009
 5. Глумаков В.Н. Организационное поведение. – Финстатинформ, 2009
 6. Граждан В.Д. Социология управления. – М.: КноРус, 2008
 7. Грошев И.В., Емельянов П.В., Юрьев В.М. Организационная культура. – М.: ЮНИТИ, 2004
 8. Дж. М. Джордж, Г. Р. Джоунс, Организационное поведение. Основы управления. – М.: Юнити-Дана, 2003
 9. Десслер Г. Управление персоналом. – М.: Бинوم. Лаборатория знаний, 2004
 10. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности. - М.: Инфра-М, 2006
 11. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Организационное поведение. – М.: ЭкономистЪ, 2006
 12. Захаров Н.Л. Организационное поведение государственных служащих. – Инфра-М, 2010
 13. Зинкевич-Евстигнеева Т., Фролов Д. Команда на рынке: стратегия и методы. СПб.: Речь, 2009
 14. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры - СПб: ПИТЕР, 2001
 15. Карпов В.А. Психология менеджмента. – М.: Гардарики, 2007
 16. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Организационное поведение. – М.: Инфра-М, 2008
 17. Кнорринг В.И. Социальное управление: государство, коллектив, личность. – М.: Экзамен, 2008
 18. Клегг Б. Стресс-менеджмент. – СПб: Нева, 2003
 19. Кочарян Е.С. Организационное поведение. – М.: Приор-издат, 2007
 20. Куликов В.Г., Резник С.Д. Эффективная команда менеджера // Серия «Бизнес-класс». – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009
 21. Лютенс Ф. Организационное поведение. – М.: Инфра-М, 1999
 22. Мэддакс Р. Успешная команда. Как ее создать, мотивировать и развивать – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008
 23. Никуленко Т.Г. Организационное поведение. – Р-н-Д: Феникс, 2006
 24. Организационное поведение. Практикум. / Под ред. Латфуллина Г.Р. Громовой О.Н. – М. Юрайт. – 2013
 25. Оксина К.Э. Организационное поведение. – М.: КноРус, 2009
 26. Роббинз С.П. Основы организационного поведения. – М.: Вильямс, 2006
 27. Сенге П., Клейнер А., Робертс Ш., Росс Р., Рот Дж., Смит Ю. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций. – М.: Олимп-Бизнес, 2003
 28. Томпсон Л. Создание команды / Пер. с англ. – М.: Вершина, 2009
 29. Шапиро С.А. Основы трудовой мотивации. - М.: Кно-Рус, 2011
- Часть 2. Теория организации*
30. Алиев В.Г. Теория организации. – М.: Экономика, 2010
 31. Барков С.А. Теория организации (институциональный подход). – М.: КДУ, 2009
 32. Веснин В.Р. Теория организации в схемах. – М.: Проспект, 2011
 33. Долгов А.И. Теория организации. – М.: Флинта, МПСИ, 2011
 34. Истомина Е.П., Соколов А.Г. Теория организации. Системный подход. – М.: Андреевский издательский дом, 2009
 35. Кошелев А.Н. Теория организации. Краткий курс. – М.: Окей-книга, 2013
 36. Кожухар В.М. Основы теории организации. – М.: Дашков и К., 2004
 37. Миронов М.Г., Жданов Т.С. Теория организации. – М., 2007
 38. Рогожина Т.В., Рогожин С.В. Теория организации. – М.: Экзамен, 2002

39. Смирнов Э.А. Теория организации. – М.: ИНФРА – М, 2004
 40. Теория систем и системный анализ в управлении организациями. Справочник. – М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2009
 41. Туровец О.Г., Родионова В.Н. Теория организации. Учебное пособие (CD-ROM). М.: ИНФРА-М, 2004
 42. Теория организаций и организационное проектирование. Уч. пособие. /Под ред. Т.П. Фокиной, Ю.А. Коракова, Н.И. Слонова. Саратов. Изд-во Саратов. ун-та., 1997.
 43. Третьякова Е.П. Теория организации. – М.: КноРус, 2009
 44. Шелдрейк Р.Х. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации. - СПб.: Питер, 2001. Щербина В.В. Социальные теории организации (словарь). - М.: ИНФРА-М, 2000
 45. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности в 2-х томах. Изд. Экономическая школа, 1999
 46. Холл Р.Х. Организации, структуры, процессы, результаты. - СПб.: Питер, 2001.
- Яськов Е.Ф. Теория организации. – М.: Юнити-Дана, 2010
- в) периодические издания и интернет-источники:*
1. Журналы «Директор», «Карьера», «Персонал», «Управление персоналом», «Свой бизнес», «Новости менеджмента», «Секрет фирмы», «Управление компанией», «Менеджмент в России и зарубежом».
 2. www.euromanagement.ru
 3. www.iteam.ru - Портал Iteam – Технология корпоративного управления
 4. <http://www/e-xecutive.ru> - сайт Сообщества менеджеров
 5. <http://www.hrm.ru> – Кадровый менеджмент
 6. <http://www.imicor.ru> - Консалтинговая компания «Имикор»
 7. <http://www.ancor.ru> - Консалтинговая компания «АНКОР»
 8. <http://www.shl.ru> – Консалтинговая компания SHL
 9. <http://www.top-personnel.ru> – Журнал «Управление персоналом»
- г) литература на иностранном языке:*
1. Denison, D.R. Corporate culture and organizational effectiveness. - New York: John Wiley & Sons, 1990
 2. Frank Bond, Cary Cooper, and Valerie J Sutherland Organizational Stress Management: A Strategic Approach. – Publisher: Palgrave Macmillan, 2010
 3. Hampden-Turner, C. Corporate culture. - London: Hutchinson, 1990
 4. George J., Jones G. Understanding and Managing Organizational Behavior (5th Edition), 2007
 5. Glaveegeo R. Organizational Buying Behavior, 2010
 6. Laurie J. Mullins. Management and Organization behavior. – London: Pitman Publishing, 1996
 7. Morgan G. Images of Organization – London, SAGE Publications, 1997
 8. Mathis M., Bennet R. Human Resources Management. - Pitman Publishing, 1997
 9. Miner John B. Organizational Behavior 2: Essential Theories Of Process And Structure, 2005
 10. Mondy W., Noe R. Human Resource Management. 9th Edition. - Prentice Hall, 2004
 11. Newstrom John W. Organizational Behavior: Human Behavior at Work, 2006
 12. Nicholson Nigel, Audia Pino G., Pillutla Madan. Organizational Behavior (The Blackwell Encyclopedia of Management), 2006
 13. Slocum John W, Hellriegel D. Principles of Organizational Behavior. - Cengage Learning, 2009
- д) программное обеспечение:*
Microsoft Office 2007, Mentor
- е) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:*
1. <http://lib.rudn.ru/> - сайт библиотеки РУДН

Разделы:

1. Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
2. Электронные ресурсы – в том числе Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ): Университетская библиотека ONLINE, LexisNexis, SPRINGER, Вестник РУДН, Columbia International Affairs Online (CIAO), East View, eLibrary.ru, Grebennikon, Library PressDisplay, Polpred.com, SwetsWise, Swets Wise online content, University of Chicago Press Journals, Книги издательства «Альпина Паблишерз», BIBLIOPHIKA, Электронная библиотека диссертаций РГБ

4. ДИСЦИПЛИНА «КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ»

Тема 1. Фундаментальные концепции финансового менеджмента

Концепция эффективного рынка. Изменение оценки денег во времени. Анализ дисконтированных денежных потоков. Модель оценки доходности финансовых активов. Концепция β -коэффициента. Теория арбитражного ценообразования. Оценка акций и облигаций.

Тема 2. Краткосрочные финансовые решения

Оценка потребности в оборотном капитале. Политика управления оборотным капиталом. Планирование длительности операционного цикла. Финансирование оборотного капитала. Управление денежными средствами. Прогнозирование денежных потоков.

Тема 3. Планирование капитальных вложений

Формирование бюджета капвложений. Методы оценки проектов. Чистая приведенная стоимость (NPV). Внутренняя норма рентабельности (IRR). Сравнение критериев NPV и IRR. Приведенная стоимость будущих затрат. Изменение цены капитала.

Тема 4. Источники финансирования корпораций

Составляющие капитала и их цена. Модель оценки доходности финансовых активов. Средневзвешенная и предельная цена капитала. Теория структуры капитала Затраты, связанные с финансовыми затруднениями, и агентские затраты. Модели финансового рычага. Расчет оптимальной структуры капитала. Управление собственным капиталом. Модели устойчивого роста. Производственный и финансовый леверидж.

Тема 5. Дивидендная политика

Дивидендная политика. Теории предпочтительности дивидендов. Планы реинвестирования дивидендов. Выкуп акций. Выплата дивидендов акциями и дробление акций.

Тема 6. Финансовое планирование и прогнозирование

Принципы финансового планирования. Система прогнозов и планов организации. Методы планирования и прогнозирования. Бюджетирование как инструмент управления финансами организации.

Литература

а) основная литература:

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. – М.: Ника-Центр, 2012 – 656 с.

2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. – М: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013 -1008 с.
3. Бригхем Ю., Хьюстон Д. Финансовый менеджмент. – Спб.: Питер, 2012 – 544 с.
4. Бригхэм Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс: Пер. с англ.: В 2-х т. / Под ред. В.В.Ковалева.— СПб.: Экономическая школа, 2014.

б) дополнительная литература:

5. Бригхэм Ю. Энциклопедия финансового менеджмента: Пер. с англ. – М.: РАГС, "Изд-во "Экономика", 1998.
6. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 2-е изд. испр. И доп. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 320 с.
7. Томас Л.Бартон, Уильям Г. Шенкир, Пол Л. Уокер. Риск-менеджмент. Практика ведущих компаний: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 208 с.
8. Фабоцци Ф. Дж. Управление инвестициями: Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2000.
9. Финансовые инструменты. / Под ред. Фабоцци Ф. – М.: Эксмо, 2010. – 864 с.
10. Шарп У.Ф., Александер Г., Бейли Дж. Инвестиции: Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2010. – 1028 с.

в) журналы:

1. «Финансовый менеджмент»
2. «Финансовый директор»
3. «Эксперт»
4. «Коммерсант»
5. «Компания»
6. «Секрет фирмы»

4. ДИСЦИПЛИНА «СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ»

Раздел 1. Введение в «Современный стратегический анализ»

Тема 1. Теоретические проблемы конкуренции и современного стратегического анализа

Понятие и цели стратегического анализа. Роль анализа в формулировании стратегии. Алгоритм стратегического анализа. Стратегическое соответствие. Эволюция от корпоративного планирования к стратегическому менеджменту. Функции стратегического менеджмента в фирме. Стратегия как подкрепление решения и как механизм координации.

Раздел 2. Методология стратегического анализа

Тема 2. Общеметодологические вопросы стратегического конкурентного анализа

Методология как учение о методах анализа социально-экономических явлений. Метод как совокупность устойчивых правил. Процедуры и техники анализа. Выбор методологии стратегического анализа. Типы и уровни методологии (всеобщий, общенаучный, частнонаучный).

Тема 3. Оценка условий выхода на международные рынки

Структура анализа внешней среды. Особенности анализа внешней среды в условиях переходных обществ/экономик (страны СНГ). Выбор сферы деятельности на внешнем рынке. Выбор принимающей страны и методология оценки преимуществ принимающего государства. Выбор зарубежного партнера. Организационные формы международной

кооперации. Порядок формирования данных о потенциальном партнере. Этапы достижения сотрудничества с зарубежными партнерами.

Тема 4. Анализ политико-правовой среды

Понятие, характеристика и особенности политико-правовой среды. Международное политическое и правовое окружение: правила и обычаи. Общий свод законов, законы ислама, марксистские принципы и убеждения.

Политические риски и санкции в международном бизнесе (связанные с собственностью, операционные, трансфертные; валютный, рыночный, ценовой, налоговый контроль; трудовые ограничения; экспроприация, «одомашнивание»).

Политические партии и национализм. Политически чувствительные товары. Процедура анализа политического риска и стратегии уменьшения политической уязвимости.

Международные соглашения и конвенции, регулирующие внешнеэкономическую деятельность. Зеленое законодательство. Правовое обеспечение разрешения международных споров: примирение, арбитраж, тяжба защита прав интеллектуальной собственности.

Национальные законодательства, регулирующие предпринимательскую деятельность (законы о коррупции, законы о национальной безопасности, антимонопольные законы, антибойкотное законодательство, экстерриториальные законы).

Суверенитет наций и стабильность государственной политики. Национальные и интернациональные (внутренние и внешние) политико-правовые барьеры международной экономической деятельности.

Тема 5. Стратегический анализ экономической среды

Понятие, характеристика и особенности экономической среды в международном бизнесе: национальный и международный аспекты.

Природно-климатические факторы как элементы экономической среды. Влияние природно-климатических факторов на международную хозяйственную деятельность и экономический рост.

Динамика окружающей среды в XXI веке: тенденции и перспективы. Консервация ресурсов. Киотский протокол – рыночный подход к решению глобальных экологических проблем. Роль международных финансово-экономических организаций (Всемирная торговая организация, Международный валютный фонд, Всемирный банк) в регулировании международных хозяйственных процессов.

Внеэкономические стратегии государства и положение страны в международном инвестиционном и торговом процессе. Влияние платежных и торговых балансов стран на хозяйственную деятельность предприятий.

Тема 6. Анализ социокультурной среды

География и история как основы культурного понимания культур, международных и глобальных рынков. Влияние географии на размещение населения, транспортную инфраструктуру и экономическое развитие.

Культура и ее элементы: социальное положение, язык, общественные отношения, религия, образование, системы ценностей. Культурные слои (национальная культура, деловая/отраслевая культура, организационная и индивидуальная культура). Фактическое и интерпретирующее знание культуры. Культурная чувствительность и терпимость. Культурные ценности. Культурное изменение и заимствование.

Культурные и деловые различия. Обязательные, нейтральные и необязательные деловые обычаи. Коммуникации. Формализация и темп деловых отношений. Деловая этика. Проблема коррупции в различных культурах. Этически и социально ответственные решения.

Раздел 3. Инструменты стратегического анализа современного бизнеса

Тема 7. Цели, ценности и эффективность

Стратегия как стремление к стоимости. Прибыль. Связь между прибылью и стоимостью предприятия. Дисконтированный денежный поток и его использование в оценке стоимости компаний, направлений бизнеса и стратегий. Стратегия и оценка стоимости опциона. Стратегия как управление опционами. Принципы создания стоимости в стратегическом анализе.

Тема 8. Отраслевой и конкурентный анализ

Принципы анализа отраслевой структуры. Спрос и конкуренция. Анализ привлекательности отрасли. Прогнозирование прибыльности отрасли. Стратегии изменения отраслевой структуры. Отрасли и рынки. От привлекательности отрасли к конкурентному преимуществу: выявление главных факторов успеха. Недостающая сила в модели Портера. Вклад теории игр в стратегический анализ. Сценарный анализ. Сбор данных о конкурентах. Алгоритм прогнозирования поведения конкурентов. Применение результатов анализа конкурентов. Стратегические группы.

Тема 9. Ресурсный анализ и компетенции

Роль ресурсов и способностей в формулировании стратегии. Стратегия, основанная на ресурсах и компетенциях. Ресурсы и компетенции как источники прибыли. Ресурсы организации (материальные, нематериальные, человеческие). Оценка потенциальной прибыльности ресурсов и компетенций. Алгоритм работы с ресурсами и компетенциями (идентификация, оценка, развитие). Развитие новых компетенций. Управление знаниями.

Тема 10. Источники конкурентного преимущества

Природа и источники конкурентного преимущества. Условия возникновения конкурентного преимущества. Устойчивость конкурентного преимущества. Диагностика конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество на различных рынках (с эффективной конкуренцией, на торговых рынках, на производственных рынках). Типы конкурентного преимущества (по издержкам и преимущество, по различию). Источники преимущества по издержкам (эффект масштаба, экономия за счет обучения). Кривая опыта. Анализ цепочки ценности. Управление издержками. Конкурентные преимущества на основе чувствительности к изменениям и инноваций. Дифференциация как источник преимущества и ее достоинства. Переменные дифференциации. Устойчивость преимущества за счет дифференциации. Анализ цепочки ценности товаров производственного назначения и потребительских товаров.

Раздел 4. Стратегические альтернативы и формулирование стратегии

Тема 11. Подходы к разработке и процесс выбора стратегии

Критерий неопределенности и тенденции во внешней среде. Конкуренция и высокая изменчивость. Давление социальных групп. Оценка эффективности действующей стратегии. Привлекательность рынка (страны) и конкурентоспособность. Определение емкости рынка.

Формирование модели выбора рынка. Критерии принятия решения о внедрении на внешние рынки. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Оценка альтернативных стратегий. Стратегия и политика фирмы. Содержание стратегического плана компании. Выбор стратегий малым и средним бизнесом. Экспортные, контрактные, иерархические стратегии, их преимущества и недостатки.

Тема 12. Корпоративная стратегия

Цели корпоративной стратегии. Глобальные стратегии и многонациональная корпорация. Анализ конкурентного преимущества и влияние национальных факторов на конкурентоспособность: сравнительное преимущество. Национальный «ромб» Портера. Вертикальная интеграция и сфера деятельности. Издержки и выгоды вертикальной интеграции. Ориентации компаний в процессе интернационализации хозяйственной деятельности: этноцентрическая, полицентрическая, региональная, геоцентрическая.

Тема 13. Бизнес-стратегии и жизненные циклы отраслей

Жизненный цикл и структура отрасли. Ключевые факторы успеха и эволюция отрасли. Организационная адаптация и изменение. Эволюционная теория и организационное изменение. Классификация отраслей в соответствии с конкурентной динамикой. Технологические отрасли и управление инновациями. Механизмы защиты инновации. Управление рисками. Конкуренция и стандарты. Управление двойными стратегиями.

Тема 14. Современные тенденции стратегического управления

Развитие стратегического мышления на современном этапе. Теория сложности. Организационные структуры, основанные на потенциальных возможностях. Организация, ориентированная на адаптивность. Управление корпоративным портфелем. Создание стоимости посредством реструктуризации корпорации. Новейшие тенденции в управлении многопрофильными корпорациями. Корпоративные менеджеры как двигатели организационного изменения.

Литература

а) основная литература

1. Ансофф, И. Стратегический менеджмент: классическое изд. / Ансофф, Игорь; пер. с англ. О. Литун. / Под ред. Петрова А. Н. – СПб.: Питер, 2012. – 343 с.
2. Гаррисон, Р. Управленческий учет: учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". Пер. с англ. К. Голубева. / Под ред. М. А. Карлика. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 591 с.
3. Грант, Р. М. Современный стратегический анализ: учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". Пер с англ. И. И. Малковой. / Под ред. В. Н. Фунтова. - 5-еизд. – СПб.: Питер, 2014. – 554 с.
4. Грушенко, В.И. Стратегии управления бизнесом. От теории к практической разработке и реализации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2013. – 295 с.
5. Ильшев А.М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М.Ильшев, Н.Н.Ильшева, Т.С.Селевич – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2014. – 480 с.
6. Комплексный экономический анализ предприятия. / Под ред. Н. В.Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. – СПб.: Питер, 2014. – 569 с.
7. Шихвердиев А.П., Задорожный В.Н., Вишняков А.А. и др. Корпоративный менеджмент: теория и практика / Под общ. ред. А.П. Шихвердиева. – М.: Экон-информ, 2010. – 259 с.
8. Ламбен, Ж.- Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Пер. с англ. И. И. Малковой. / Под. ред. В. Б. Колчанова. – 2-еизд. – СПб.: Питер, 2013. – 718 с.
9. Портер М. Э. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2012. – 591 с.

б) дополнительная литература

1. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.
2. Азоев Г. Л., Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. – М.: 2003г. – 205.

3. Аналоуи Ф., Карамии А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий. Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 400 с.
4. Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент. Учебное пособие (ГРИФ) – М.: ИНФРА-М, 2010. – 285 с.
5. Бэше Ф., Гордон М. Байндер. Бизнес по науке. Чему менеджерам стоит научиться у биотехнологов. Серия: Книги Стокгольмской школы экономики. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2008.
6. Велеско Е.И., Неправский А.А. Стратегический менеджмент: пособие. – Минск: БГЭУ, 2009. – 307 с.
7. Визяк А. Сила масштаба: угроза или возможность. Стратегия роста А.Т. Kearney. – М., 2008.
8. Володько В.Ф. Международный менеджмент: учеб. пособие / 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: Амалфея, 2009. – 448 с.
9. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 480 с.
10. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2008. – 464 с.
11. Глумаков В.Н., Максимцов М.М., Малышев Н.И. Стратегический менеджмент: Практикум. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 187 с.
12. Гулидов И.Н., Гулидова Ю.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2007. – 272 с.
13. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. – М.: Дело АНХ, 2008. – 288 с.
14. Дафт Р.Л. Менеджмент. 6-е издание. – СПб.: Питер, 2006. – 864 с.
15. Джонсон Дж., Шоулз К., Уиттингтон Р. Корпоративная стратегия: теория и практика, 7-е изд.: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009. – 800 с.
16. Долгов А.И., Прокопенко Е.А. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. – М.: Флинта, 2011. – 280 с.
17. Дюков И. Стратегии развития бизнеса. Практический подход. – СПб: Питер, 2008. – 240 с.
18. Зук Крис, Аллен Джеймс. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности. Пер. с англ. – М.: ООО «ИД Вильямс», 2009.
19. Имаи Масааки Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
20. Каннинг М., Тучински М., Кэмпбелл С. Стратегию – в действие: Практическое руководство. – М.: Вершина, 2006. – 160 с.
21. Каплан Р.С., Нортона Д.П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. – М.: Олимп-Бизнес, 2007. – 512 с.
22. Каплан Роберт С., Нортона Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей: пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.
23. Кемпбелл Э., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: Проспект, 2008.
24. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. – М.: Дело АНХ. 2008. – 568 с.
25. Коллис Дэвид Дж., Монтгомери Синития А. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход. Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2010.
26. Колодко Гжегож В. Мир в движении / пер. с польского Ю. Чайникова. – М.: Магистр, 2009. – 375
27. Кузнецова Е.И. Стратегический анализ в системе государственного управления национальной экономикой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 176 с.
28. Кузык, Б. Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2008. – 574 с.
29. Мировая экономика и международный бизнес: практикум / под общей ред. В.В. Полякова и Р.К. Щенина. – М.: КНОРУС, 2007. – 400 с.

30. Моррелл Дж. Как делать прогнозы в бизнесе. Руководство для предпринимателей. Изд-во:Нипро, 2004. – 262 с.
31. Мэнтл Дж. Компании, которые изменили мир. – М.: Изд-воМанн, Иванов и Фербер 2008. – 288 с.
32. Никулина, О. В. Стратегические ориентиры инновационного развития экономики монография. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2010.
33. Ноздрева Р.Б., Международный маркетинг: учебник. – М.: Экономистъ, 2005. – 990 с.
34. О чем думают экономисты: Беседы с нобелевскими лауреатами / Под ред. П. Самуэльсона и У. Барнета: Пер. с англ. – М.: Московская школа управления «Сколково». – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 490с.
35. Ожиганов Э.Н. Стратегический анализ политики: Теоретические основания и методы. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 272 с.
36. Пастернак П.П. Оценки на ресурсы в экономике. – СПб.: Проспект Науки, 2009. – 312 с.
37. Петров А.Н. Стратегический менеджмент: Планирование. Контроллинг. Учет рисков. – СПб.: Питер, 2008. – 496 с.
38. Пласкова Н.С. Стратегический и текущий экономический анализ: Учебник. – М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2007.
39. Право Европейского Союза. Учебник для вузов. 3-е издание. / Отв. ред. Кашкин С.Ю. – М.: Юрайт, 2010. – 1119 с.
40. Скворцова Н., Пестерева Е., Писарева С. Стратегии роста. – М.: Альп. Бизнес Букс. 2008. – 213 с.
41. Слиньков В.Н. Стратегическое планирование на основе сбалансированной системы показателей. Стратегический контроль: Практические рекомендации: Учебное пособие Дакор, КНТ. 2008. – 384 с.
42. Смит В. Экспериментальная Экономика. – М.:ИРИСЭН, 2008. – 808 с.
43. Татарников Е.А. Стратегическое управление предприятием. – М.: Альфа-Пресс. 2006. – 240 с.
44. Томпсон А. А., мл., Стрикленд Ш А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 928 с.
45. Торрингтон Д., Холл Л., Тэйлор С. Современный стратегический анализ / Пер. с англ. – М.: Дело и сервис, 2004.
46. Тэрбин П. Стратегические игры. Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003, – 264 с.
47. Уоллес Р. Стратегические альянсы в бизнесе: технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создание совместных предприятий. – М.: Хорошая книга, 2005. – 288 с.
48. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: Концептуальные основы теории и практики управления: Монография под ред. Попкова В.В. – М.: Экономика, 2007. – 295 с.
49. Финкельштейн С., Харви Ч., Лотон Т. Стратегия прорыва: Растите быстрее рынка. CompanionGroup, 2007. – 336 с.
50. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ: Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. БИНОМ. ЛЗ. 2005. – 541 с.
51. Холленсен С. Глобальный маркетинг. Пер. с англ. – Мн.: Новое знание, 2004. – 832 с.
52. Хорин А.Н., Керимов В.Э. Стратегический анализ. – М.: ЭКСМО, 2006.
53. Штерн К., Сток-мл. Д., Лазукова И.В. Стратегии, которые работают: Подход VCG - 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2007. – 496 с.

РАЗДЕЛ II. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРА НАПРАВЛЕНИЯ «МЕНЕДЖМЕНТ» ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ «МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Вариативная часть

1. ДИСЦИПЛИНА «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Ведение.

Излагаются общие и характерные черты, определяется содержание курса, предмет изучения и основные черты антикризисного управления. Также даются задачи и содержание курса. Структура и роль курса. Место курса в учебном процессе.

Тема 1. Социально-психологические основы рекламы.

Необходимо рассмотреть основные положения социальной психологии при осуществлении рекламной деятельности. Особое внимание уделить внешним и внутренним факторам воздействия на человека при покупке товара. Дать понятия психологическим методам воздействия на потребителя. Что такое психологические раздражители и что можно отнести к ним. Необходимо рассмотреть силу рекламного воздействия на покупателей при использовании таких факторов как: повторяемость информации, частота выхода, время выхода, расположение объявления и т.д. Важно описать схему выхода рекламного объявления с точки зрения психологического восприятия. Показать в виде схемы процесс воздействия и восприятия рекламы, поэтапно раскрывая особенности психологических приемов при составлении рекламных текстов. Необходимо описать некоторые уловки используемые рекламными составителями для повышения эффективности рекламы. Дать классификацию внимания с психологической точки зрения. Необходимо описать приемы перевода непроизвольного внимания в произвольное. Важно дать определение потребительским мотивам при покупке товаров. Указать классификацию первичных и вторичных мотивов, а также их значение для рекламных деятелей.

Тема 2. Методические основы написания рекламных текстов.

В данной теме подробно описываются основные принципы составления рекламных текстов. Дается схема методики разработки идей текстовых тем рекламных материалов. Дается порядка 30 практических советов по составлению заголовков рекламных сообщений. Приводятся реальные примеры наиболее эффективных заголовков.

Необходимо описать правила применения иллюстраций и фотографий в рекламных текстах, а также практическое применение в современных условиях.

Необходимо указать современные способы, наиболее часто применяемые для составления рекламных текстов, такие как PAPA и AIDA.

Тема 3. Планирование комплексной рекламной компании.

В данной теме необходимо раскрыть понятие рекламной компании и ее составляющих. Дать определение понятиям «brand-name», «brand-image» и их значение для рекламной компании.

Необходимо рассмотреть стратегии рекламных компаний. При осуществлении рекламных компаний необходимо использовать ту или иную стратегию. Нужно дать пошаговое разъяснение стратегии рекламной компании. Важно отметить понятия «брифа», «маркетинговые задачи», «маркетинговые барьеры».

Необходимо рассмотреть весь процесс планирования рекламной компании в виде схемы.

Далее важно рассмотреть позиционирование и его роль в рекламной компании. Нужно дать определение позиционированию и его составляющим. В данной теме рассмотреть концептуальную стратегическую схему позиционирования бренда, разработанную в брендинговом агентстве BrandWay

Необходимо подробно изучить маркетинговые и рекламные исследования проводимые рекламными компаниями. Раскрыть такие понятия как:

Социально-политические исследования;

Медиа-исследования;

Мониторинг;

Рител-аудит;

Рассмотреть основные параметры исследовательской деятельности и методы исследований.

Тема 4. Современные рекламные технологии и средства распространения рекламы.

Дать общие понятия о существующих современных рекламных технологиях в реальных условиях. Раскрыть такие понятия как «АТЛ - акции» и «ВТЛ-акции», «промоутеры», «промо-герлз», «граффити», «директ-мейл», и т.д.

Необходимо раскрыть сущность АТЛ- акций и ВТЛ- акций. Дать им подробное определение с точки зрения рекламной деятельности. Рассмотреть этапы акций и их элементы, а также привести реальные примеры.

Следующим понятием требующим объяснения является граффити. Необходимо подробно изучить граффити и показать на примерах, как эту технологию можно использовать в наших условиях.

Далее в данной теме важное значение имеет такая современная технология как директ-маркетинг и ее составляющие директ-мейл, личная продажа, сетевой маркетинг. Важно не только рассмотреть сущность данных технологий, но и отразить преимущества и недостатки в современных условиях.

Важно затронуть и такую технологию как интерактивное телевидение. Данная технология появившаяся недавно уже стала одной из эффективных способов рекламирования товаров и услуг.

Современные возможности позволяют использовать и интернет-технологии. Необходимо дать понятия и сущность составляющих интернет - рекламы.

Необходимо рассмотреть и мерчандайзинг. Дать определение данной технологии, раскрыть ее принципы и способы.

Немаловажной является современная технология такая как партизанская реклама. В данной теме надо подробно рассмотреть технологию партизанской рекламы, ее виды и привести реальные примеры.

Тема 5. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Необходимо рассмотреть положения о рекламе Республики Таджикистан и Российской Федерации. Необходимо растолковать отдельные статьи Закона «О рекламе» с привязкой их к реальным примерам. Показать роль правового регулирования рекламной деятельности. Рассмотреть основные нормы правового регулирования на рынке товаров и услуг. Дать подробное толкования кодекса рекламной практики. Объяснить студентам какую ответственность несет участник рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

Литература

а) основная литература

1. Основы менеджмента. Москва, 2012.
2. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. Москва, 2012.

3. Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сандерс, В.Вонг. Основы маркетинга. Москва, Санкт-Петербург, Киев, 2013.
4. Рекламное дело. Учебник для ВУЗов. Москва, 2014г.

б) дополнительная литература

1. Панкратов Ф., Баженов Ю., Серегина Т., Шахурин В. Рекламная деятельность. Москва, Изд.: Маркетинг, 2000.
2. Глухов В. Менеджмент. Учебник для вузов. – СПб, Санкт-Петербург, 2000.

Электронные источники

1. www.cfin.ru – Тренёв Н.Н. Основы делового общения.
2. www.CORP-GOV.RU
3. www.azsp.ru
4. websites.pfu.edu.ru
5. <http://center.fio.ru> – Московский центр Интернет-образования
6. <http://uprav.biz/materials/psychology/view/1535.html> – Горелова Е. Как выиграть спор.

в) программное обеспечение Microsoft Office 2007, Mentor

2. ДИСЦИПЛИНА «МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ»

Ведение.

Излагаются общие и характерные черты, определяется содержание курса, предмет изучения и основные черты антикризисного управления. Также даются задачи и содержание курса. Структура и роль курса. Место курса в учебном процессе.

Тема 1. Международный маркетинг: содержание, возникновение, особенности.

Понятие о маркетинге. Базовые понятия маркетинга: нужда, потребности, запросы, товар, рынок и т.д. Маркетинг как система товарно-денежных отношений и маркетинг как рыночная ориентация рыночного производства. Комплекс маркетинга.

Предпосылки возникновения маркетинга. Развитие внешней торговли. Всемирное развитие НТП. Развитие международного разделения труда. Интернационализация производства и хозяйственной жизни. Интеграция и глобализация экономики.

Особенности международного маркетинга.

Тема 2. Среда международного маркетинга.

Понятие о среде международного маркетинга. Внутренняя и внешняя среда. Микро- и макросреда.

Основные элементы микросреды. Международная фирма. Поставщики. Маркетинговые посредники. Конкуренты. Контактные аудитории.

Макросреда. Система международной торговли. Экономическая среда. Уровень экономического развития зарубежных стран. Уровень покупательской способности населения.

Политико-правовая среда. Культурная среда.

Тема 3. Формы и методы выхода международных фирм на зарубежный рынок.

Экспорт и импорт товаров и услуг. Косвенный импорт. Прямой экспорт. Регулярный (активный) и нерегулярный экспорт. Решение о том, какие товары лучше предложить той или иной стране. Учет национальных особенностей потребителей. Упаковка товаров. Выбор названия, эмблемы и цвета товаров. Выбор информации на этикетке товара.

Бартер как форма экспорта товаров и услуг. Позитивные и негативные последствия бартера для экономики. Фирмы бартера. Встречная торговля. Оплата поставками готовой продукции. Торговля с заблокированного счета.

Совместная предпринимательская деятельность. Лицензирование. Лицензированные платежи. Франчайзинг. Производственная кооперация. Подрядное производство. Управление по контракту. Прямое инвестирование. Совместные предприятия.

Тема 4. Международные средства коммуникации.

Понятие маркетинговых средств коммуникаций. Активное формирование спроса на международных рынках. Классификация средств маркетинговых коммуникаций. Реклама. Сейлз промоушн. Паблик рилейшнз. Директ-маркетинг. Международные ярмарки, выставки, салоны.

Принципы и концепция международных рекламных мероприятий. Рекламные отделы. Рекламные агентства. Рекламодатели. Технология рекламной деятельности. Адаптация стандартной международной рекламы к национальным условиям и изданиям.

Виды международной рекламы. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Кинореклама. Наружная (внешняя) реклама. Реклама и стимулирование продаж. Реклама в оформлении товара. Реклама в демонстрации товаров. Реклама в интернете.

Литература

а) Основная литература

1. Колесникова И., Мясоедов С.П., Борисова Л.Г. Российская деловая культура: воздействие на модель управления. – М.: Дело, 2013. 92 с.
2. Алексунин В.А. Международный маркетинг. – М.: «Дашков и К», 2000.
3. Международный менеджмент. Учебник для ВУЗов/ Под ред. С.Э.Пивоварова, Д.И.Баркана, Л.С.Тарасевича, А.И.Майзеля.- СПб.: Питер, 2000.
4. Джон Д. Даниелс, Ли Х. Радеба. Международный бизнес. – М.: Дело ЛТД, 1996.
5. Браверман Г. и др. Маркетинг в российской экономике переходного периода. Методология и практика. – М.: Экономика, 1997.
6. Васильев Г.А. Международный маркетинг.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
7. Дихтиль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. –М.: Высшая школа, ИНФРА –М, 1996.
8. Котлер Филип, Армстронг, Дж. Сандерс, В. Вонг. Основы маркетинга, 2-е издание. – М.: СПб; К.; Издательский дом «Вильямс», 1999.
9. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Практикум по маркетингу. Ситуационные задачи и тест-контроль. Учебное пособие. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
10. Моисеева Н.К. Международный маркетинг. Учебное пособие. – М.: Центр Экономики и Маркетинга, 1998.
11. Сергеев П.В. Мировая экономика. – М., 1998.
12. Пивоваров С.Э., Тарасевич Л.С., Максимцев И.А. Международный менеджмент. - СПб.: Питер, 2013. 720 с.
13. Скосарев С.А. Кросскультурная компетентность глобального менеджера. – М.: Восток-Запад, 2010. 176 с.

б) Дополнительная литература

14. Андреас Дриве. Эти поразительные испанцы. – М.: АСТ, Астрель, 2008, 256 стр.
15. Большаков В. Эти поразительные французы. – М.: АСТ, Астрель, 2007, 256 стр.
16. Буко С.Л. Мультикультурализм в третьем секторе: специфика ценностных приоритетов американских менеджеров МНГО в Украине // Этничность и власть. Материалы VI международного семинара 14-16 мая 2007 г., г. Алушка / Под ред. Т.А. Сеньошкиной - Симферополь: Таврия, 2007. - С. 267-269.
17. Гусева Н. Эти поразительные индийцы. – М.: АСТ, Астрель, 2008, 260 с.
18. Ингиу Оу Японский менеджмент. Прошлое, настоящее и будущее. М.: Эксмо, 2007, 160 с.

19. Кузнецова С. Кросскультурный капитал компании. Журнал "Управление персоналом" №1, 2009.
20. Манфред Фернер. Эти поразительные турки. – М.: АСТ, Астрель, 2007, 256 с.
21. Мартин Люттерйоганн. Эти поразительные японцы. – М.: АСТ, Астрель, 2007, 208 с.
22. Московцев Н., Шевченко С. Бизнес по-русски, бизнес по-американски. -С-Пб.: Питер, 2003, 352 с.
23. Нуруллина Г. Исламская этика бизнеса. -М.: УММА, 2004, 112 с.
24. Прохоров А. П. Русская модель управления. - М.: ЭКСМО, 2006.
25. Рипинская П. Эти поразительные иранцы. – М.: АСТ, Астрель, 2007 г., 224 с.
26. Р.Д.Льюис Деловые культуры в международном бизнесе. - М.: Дело, 1999, 448 с.
27. Рот Ю., Коптельцева Г. Межкультурная коммуникация. Теория, тренинг. - М.: Юнити-Дана, 2006, 224 с.
28. Сальвадор де Мадариага. Англичане, французы, испанцы Издательство: Наука, 2003 г., 248 стр.
29. Стефан Кларк. Наблюдая за французами. Скрытые правила поведения. Издательство: Рипол Классик, 2008 г.
30. Стефаненко Т. Г.. Этнопсихология. Издательство: Аспект Пресс, 2007, 368 с.
31. Сергеева А.В. Какие мы, русские? 100 вопросов - 100 ответов. М.: Русский язык, 2010, 384 с.
32. Цветков В. Л., Соловьева А. В. Этнопсихология. – М.: Щит-М, 2009, 128 с.
33. Филиппова М.М. Английский национальный характер. – М.: АСТ, Астрель, 2007, 384 с.
34. Ханне Чен. Эти поразительные китайцы. – М.: АСТ, Астрель, 2006, 256 с.

Периодические издания

35. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
36. Журнал «Российский журнал менеджмента»
37. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
38. Журнал «Секрет фирмы»

в) Электронные источники

39. http://www.elitarium.ru/2008/08/04/mezhkulturnye_razlichija.html - А.Е.Лузин «Межкультурные различия и способы адаптации к ним»
40. http://www.elitarium.ru/2005/09/01/cherty_zapadnoj_i_vostochnoj_bizneskultury_v_rossijskoj_dejstvitenosti.html - Р.Я Вакуленко «Черты западной и восточной бизнес-культур в российской действительности»
41. http://www.elitarium.ru/2007/10/22/variacionnaja_kommunikacijakh.html - И.В.Алёшина «Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях»
42. http://www.elitarium.ru/2005/12/14/zapadnaja_i_vostochnaja_delovye_kultury.html И.В.Алёшина «Западная и восточная деловые культуры»
43. http://www.elitarium.ru/2005/02/16/russkie_i_inostrancy.html - С.И.Сметанин «Русские и иностранцы»
44. http://www.elitarium.ru/2004/05/27/tri_osobennosti_rossijskogo_mentalitet.html - Е.А.Жданова «Три особенности российского менталитета»
45. http://www.elitarium.ru/2004/05/06/russkie_stereotipy_tradicii_i_mentalnost.html - А.В.Сергеева «Русские стереотипы, традиции и ментальность»
46. http://www.elitarium.ru/2003/11/27/osobennosti_russkojazychnoj_i_anglojazychnoj_kultury_v_objavlenijakh_i_prizyvakh.html - С.Г.Тер-Минасова «Особенности русскоязычной и англоязычной культуры в объявлениях и призывах»
47. <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2006/6/4195.html> - В.Н. Ключко «Германская модель корпоративного управления: генезис, особенности и тенденции»

48. http://enbv.narod.ru/text/Econom/management/knorring_upravlenie/str/16.html -
В.И.Кнорринг «Этапы развития и современное состояние теории, практики и искусства управления за рубежом»

3. ДИСЦИПЛИНА «ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ»

Ведение.

Излагаются общие и характерные черты, определяется содержание курса, предмет изучения и основные черты антикризисного управления. Также даются задачи и содержание курса. Структура и роль курса. Место курса в учебном процессе.

Тема 1. Понятие и сущность этики.

В данной теме необходимо раскрыть основные понятия этики. Остановиться отдельно на этике в исламе и христианстве. Изучить требования, которые предъявляются к современным деловым людям.

Рассмотреть этический кодекс бизнесмена и кодекс чести делового человека.

Рассмотреть понятие культуры общения, формирование внешнего облика, манер делового человека. Понятие цивилизованного и культурного человека.

Изучить этические принципы управления. Этические подходы в управлении. Принципы свободы и разногласия. Этические принципы руководителя. Этические подходы при принятии решений.

Тема 2. Этикет общения делового человека.

Данная тема посвящена вопросам этикета и его основным правилам. Необходимо изучить нормы обращения, приветствия и знакомства.

Подробно рассмотреть субординацию в деловых отношениях. Правила и порядок проведения деловых бесед с посетителями и подчиненными. Научиться культуре телефонного разговора.

Научиться организации деловых контактов менеджера. Роль секретаря и его функциональные обязанности.

Научиться вести деловую переписку. Знать виды писем и порядок их приема, регистрации и отправления. Знать как работать с секретными документами, а также порядок их хранения.

Понимать значение визитных карточек и их роли в деловом мире.

Понимать значение делового протокола и его составляющих. Разбираться в видах приемов.

Знать в каких случаях необходимо делать деловые подарки. Порядок их приема и дарения.

Тема 3. Переговоры в деловом мире.

В данной теме необходимо разобрать суть переговорного процесса. Знать виды договоров, правила и нюансы их составления.

Изучить моральный кодекс переговоров. Подробно разобрать постулаты кодекса. Рассмотреть принципы ведения переговоров.

Необходимо изучить предмет переговоров. Рассмотреть позиции и пропозиции переговоров.

Разобрать понятие проблемного поля переговоров и определить зону согласия. Рассмотреть участников переговорного процесса и правила их поведения на переговорах.

Подробно изучить фабулу переговоров. Рассмотреть фазы переговоров и их составляющие. Изучить регламент и его структуру. Научиться устранять разногласия в ходе переговоров. Научиться принимать решения и согласия.

Изучить основные понятия теории аргументации и научиться тактике речевого общения. Изучить моральный кодекс спора (лояльные и нелояльные приемы).

Тема 5. Этика ведения бизнеса.

Рассмотреть различия при ведении бизнеса и деловых контактов в разных странах. Изучить особенности поведения деловых партнерах при ведении бизнеса.

Рассмотреть существующие различия в поведении отдельных народов. Необходимо изучение национальной культуры в помощь при ведении бизнеса. В заключение рассмотреть некоторые казусы в международной торговле.

Литература

б) основная литература:

1. Основы менеджмента. Москва, 2012.
2. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. Москва, 2013.
3. Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сандерс, В.Вонг. Основы маркетинга. Москва, Санкт-Петербург, Киев, 2012.
4. В.В.Колесов. Культура речи – культура поведения. Москва, 2014.

в) дополнительная литература:

1. Кадры предприятия. 300 образцов должностных инструкций: практ. пособие. - М.: Дело и сервис, 2000. - 880 с.
2. Николаева С. А. Корпоративные стандарты: от концепции до инструкции, практика разработки / С. А. Николаева, С. В. Шебек. — М.: Книжный мир, 2003. — 333 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. — СПб., М., Харьков, Минск: Питер, 1999. — 416 с. — (Теория и практика маркетинга).
4. Гапоненко А. Л. Управление знаниями/Л. А. Гапоненко. — М.: ИПК госслужбы, 2001.-52 с.
5. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. — СПб.: Питер, 2001. - 352 с.
6. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет,

г) список периодических изданий:

1. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
2. Журнал «Менеджмент сегодня»
3. Журнал «Менеджмент: теория и практика»
4. Журнал «Российский журнал менеджмента»
5. <http://www/e-executive.ru> - сайт Сообщества менеджеров

4. ДИСЦИПЛИНА «ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР»

1. Введение. Предмет, задачи и содержание курса. Понятие и содержание предпринимательства

1.1. Предмет, задачи и содержание курса. Основная цель изучения дисциплины. Объект, предмет и задачи курса. Содержание изучения предмета изучения

1.2. Понятие, цель и задачи предпринимательства в современных условиях. Понятие, функции и роль предпринимательства. Цель, задачи и условия предпринимательства. Сферы, формы и виды предпринимательской деятельности

1.3. Предпринимательская деятельность малого предприятия. Характеристика деятельности малого предприятия. Государственная поддержка малого бизнеса. Существующие проблемы малого бизнеса и пути их решения

Тема 2. Организация и развитие собственного дела

2.1. Создание нового предприятия. Порядок и организация собственного дела. Этапы организации предприятия. Разновидности собственного предприятия в разных странах

2.2. Разработка технико-экономического обоснования и бизнес-плана. Основные разделы ТЭО. Содержание бизнес-плана и его разделы.

2.3. Управления новым предприятием. Существующие проблемы на начальной стадии развития предпринимательской фирмы. Основные требования при предпринимательском управлении новым предприятием

Тема 3. Механизм функционирования частных, коллективных и унитарных предприятий

3.1. Понятие, виды и классификация юридических лиц. Основные признаки, различающие юридические лица. Классификация предприятий по различным признакам. Классификация юридических лиц на основе правовых форм

3.2. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц. Унитарные предприятия и организации. Производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общества.

3.3. Объединения юридических лиц. Основные группообразования юридических лиц, Основные принципы объединения предприятий.

3.4. Предпринимательские риски. Риск и его особенности. Основные способы страхования риска. Бизнес-план и снижение предпринимательского риска. Предприниматель и принятие эффективных решений. Принятие оптимального решения.

Тема 4. Государственное регулирование предпринимательской деятельности

4.1. Организация хозяйственных связей предпринимателей. Ответственность предпринимателей при организации хозяйственных связей. Конкуренция предпринимателей

4.2. Необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности. Регулирование рынка и предпринимательства как составная часть общей экономической политики государства. Основные функции государства. Условия и предпосылки государственного предпринимательства

4.3. Механизм государственного воздействия на предпринимательскую деятельность. Экономические и административные методы регулирования экономики. Составляющие экономической политики государства. Прогнозирование, планирование и регулирование

Литература

а) Основная литература:

1. Коммерческая деятельность: Курс лекций для студентов направления «Менеджмент»/сост. Д.С. Амонова. - Душанбе: РТСУ, 2015

2. Основы бизнеса. Курс лекций / сост. Амонова Д.С. Под ред. Г.В. Кошлакова. Душанбе: РТСУ, 2011

3. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. Учебник.- 8-е изд., перераб. и доп.- М., 2005

4. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. Учебник. М.: ИНФРА-М., 2001

5. Савкина Р.В., Мальцева Е.Г. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2014

б) Дополнительная

6. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность. Учебник по спец. «Маркетинг» под ред. Н.К. Моисеевой, 2007

7. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Учебник.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997

8. Покровская В.В. Международные коммерческие операции и их регламентация. Внешнеторговый практикум. М.: ИНФРА-М., 1996

9. Тестовый практикум по русскому языку делового общения. Бизнес. Коммерция: средний уровень. Л.С. Журавлева и др. М.: Рус. яз. курсы, 2007

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

10. Дашков Л.П., Памбухчианц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник.-М.: Дашков и К, 2010, - режим доступа: <http://www.e.lanbook.com>

11. Дашков Л.П., Памбучиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник, 2-е издание. М.: Дашков и К, 2015, - режим доступа: [http:// www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)

12. Минько Э.В., Минько А.Э. Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2010, - режим доступа: [http:// www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)

Г) Перечень информационных технологий и программного обеспечения

13. Используется лицензионное программное обеспечение ОС Windows-7

5.ДИСЦИПЛИНА «ЛОГИСТИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ»

Тема 1. Введение

Объекты изучения курса логистики. Деятельность в области логистики. Цель логического подхода. Роль и значение логистических процессов в условиях перехода к рыночным отношениям.

Тема 2. Основные понятия и процессы логистической деятельности

История возникновения и развития термина “логистика”. Область применения логистики. Применения логистического подхода в экономике. Определение понятия логистики. Направления определений логистики. Принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными и информационными потоками. Этапы развития логистики.

Тема 3. Объекты, функции, системы и цикл логистического управления

Сущность экономического потока. Понятие материального потока, его размерности. Виды материальных потоков. Понятие логистической операции. Информационный поток и его виды. Показатели информационного потока и их измерители. Финансовый поток и его показатели. Сервисный потоки его виды. Концепция логистического подхода к управлению материальными и информационными потоками. Концепция оптимизации потоковых процессов (основные положения). Правила логистики. Функции логистики. Функциональная взаимосвязь логистики с подразделениями. Понятие логистической системы. Виды логистических систем. Системный подход в логистике. Характеристика методов решения логистических задач. Классификация моделей логистических систем. Логистический цикл и пути его сокращения. Логистические издержки, понятие и их классификация.

Тема 4. Закупочная логистика

Задачи и функции закупочной логистики. Общие правила и принципы взаимоотношений между партнёрами логистической системы. Рынок закупок сырья и материалов. Элементы в политике закупок. Задача отдела снабжения. Система организации материального снабжения и закупок. Методы снабжения, ориентированные на конкретную потребность производства. Разработка стратегии материального снабжения. Планирование закупок, анализ, определение потребности и расчёты количества заказываемых материалов. Определение метода закупок. Документальное оформление заказа закупки и организация собственного производства. Получение и кодирование поставляемой продукции. Выбор поставщика. Тендер-документация, оценка. Требования к выбору поставщика. Основные элементы контракта. Условия и структура контракта. Оплата поставок.

Тема 5. Производственная логистика

Сущность и задача производственной логистики. Логистическая концепция организации производства. Управление материальными потоками во внутрипроизводственных системах. Эффективность логистического подхода к управлению материальными потоками на предприятии.

Тема 6. Распределительная (сбытовая) логистика

Распределительная логистика, понятие и задачи. Макро и микрологистические задачи распределения. Потребление материального потока в логистике. Логистические каналы и

цепи. Размещение распределительных центров на логистическом полигоне. Выбор оптимального варианта распределения.

Тема 7. Транспортная логистика

Понятие транспортной логистики и её задачи. Выбор вида транспортного средства. Факторы, влияющие на выбор вида транспорта. Транспортные тарифы и правила их применения. Показатели работы транспорта.

Тема 8. Логистика запасов

Категория запасов. Системы управления запасами. Логистическая система в управлении запасами. Виды и формы материальных запасов. Методика нормирования запасов сырья и материалов, готовой продукции. Оперативный контроль за состоянием запасов.

Тема 9. Логистика складирования

Склады, их определение и виды. Классификация складов. Функции складов. Характеристика складских операций. Грузовая единица как элемент логистики. Пакетирование. Методы формирования грузовых единиц.

Тема 10. Логистический менеджмент

Цели и место логистического менеджмента в управлении предприятием. Основные типы организационной структуры службы логистики на предприятии. Взаимосвязь логистического менеджмента с другими подразделениями предприятия.

Тема 11. Логистические информационные системы

Информационные системы в логистике. Виды логистических и информационных систем. Принципы построения логистических информационных систем. Интегрирование информационной системы в логистике и их преимущества. Информационные технологии в логистике. Технология АИШК в логистике.

Тема 12. Сервисная логистика

Понятие логистического сервиса. Основные группы. Формирование системы логистического сервиса. Уровень логистического обслуживания. Совершенствование товарно-проводящих торговых систем на базе концепции логистики.

Тема 13. Перспективы развития логистики

Глобальная логистика. Движущая сила интеграции. Логистика объединяет людей, рынки и материи. Логистика «строительного» производства

Литература

а) Основная литература

1. Григорьев М.Н., Уваров С.А. Логистика. Базовый курс: Учебник для бакалавров. М. Юрайт. 2012.
2. В.И.Степанов. Логистика, Учебник, М. Проспект, 2007.
3. А.М. Гаджинский. Логистика. Учебник. М., 2008.
4. Неруш Ю.М. Логистика. Учебник. - М.: Проспект, 2012.
5. Насиров Н.Н. Логистика. Душанбе, РТСУ, 2012.

б) Дополнительная литература

1. Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. Коммерческая логистика. Учебник. М., Проспект. 2005.
2. В.Б.Алексеев и др. Основы логистики. Учебное пособие. М., 2005.
3. Залманова М.Е. Введение в логистику. – Саратов: СГТУ, 1995.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2004.
5. Клевлин А.И. Логистические основы организации крупных производственных комплексов. Тольятти-Самара. 1996.
6. Логистика. Под ред. Л.Б. Миротина. М. Юристь. 2002.
7. Логистика. Учебное пособие. Под редакцией проф. Аникина Б.А. - М.: ИНФРА-

М, 2005.

8. А.Н.Родников. Логистика. Терминологический словарь. М., Экономика. 2005.
9. А.И. Семенов и др. Логистика. Основы теории. СПб. Союз. 2003.
10. В.И.Сергеев. Логистика в бизнесе. Учебник. М., ИНФРА-М. 2001.

11. Ч.Сковронек, З.Сариуш-Вольский. Логистика на предприятии. М., Финансы и статистика. 2004.

12. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. Москва, 1999.

13. Практикум по логистике. Учебное пособие под ред. Б.А. Аникина. Москва, ИНФРА-М, 1999.

6.ДИСЦИПЛИНА «УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ»

Тема 1. Сущность качества и управление им.

Понятие качества. Эволюция качества. Показатели качества: унификации и стандартизации, экономические показатели, эргономические показатели, эстетические показатели, показатели надежности, ремонтпригодности, долговечности и др.

Основные методы управления качеством.

Классификация и сферы приложения методов управления качеством. Организационно-распорядительные методы. Инженерно-технологические методы. Экономические методы. Социально-психологические методы

Тема 2. Система управления качеством на предприятии

Международные стандарты, и их применение на российских предприятиях. Петля качества. Основные составляющие качества для потребителей

Организация технического контроля на предприятии

Сущность и объекты технического контроля Виды технического контроля Методы количественной оценки уровня качества. ОТК как самостоятельное структурное подразделение предприятия.

Тема 3. Метрологическое обеспечение качества продукции

Метрологическое обеспечение и его цели. Квалиметрия как наука, ее роль, методы и области практического применения

Стандартизация продукции в России

Понятие и виды стандарта Государственная система стандартизации (ГСС) РФ. Экономические проблемы стандартизации. Государственное управление стандартизацией в РФ. Государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов.

Тема 4. Сертификация продукции

Понятие и классификация признаков сертификации продукции. Обязательная сертификация. Добровольная сертификация. Сертификация третьей стороной. Система сертификации. Понятие сертификата соответствия. Знак соответствия

Защита прав потребителей товаров и услуг

Понятийный аппарат в области защиты прав потребителя. Зарубежный опыт регулирования защиты прав потребителя. Правовое обеспечение защиты прав потребителя в Российской Федерации. Государственное регулирование защиты прав потребителя в РФ. Общества защиты прав потребителя. Судебная защита потребителей. Виды юридической ответственности за нарушения законодательства о защите прав потребителя.

Тема 5. **Планирование как процесс управления качеством.** Системный подход к планам качества. Средства планирования.

Всеобщее управление качеством

Основные этапы формирования принципов всеобщего управления качеством (TQM). Содержание концепции всеобщего управления качеством. Комплексное и тотальное управление качеством.

Тема 6. Сертификация продукции и систем качества.

Определение, назначение и цели сертификации. Нормативная база сертификации.

Сертификация как подтверждение соответствия. Обязательная и добровольная сертификация. Процедуры сертификации продукции и услуг. Принципы сертификации систем качества. Этапы оценки систем качества. Сертифицирующие органы. Сертификация в международной практике. Европейские стандарты EN 45000 и нормативные документы ИСО/МЭК по сертификации. Закон Российской Федерации "О сертификации продукции и услуг".

Тема 7. Управление качеством на различных этапах жизненного цикла продукции

Управление качеством на предпроизводственных стадиях: прогнозирование потребностей рынка, технического уровня и качества продукции, планирование, проектирование; управление закупками.

Управление качеством на производственных стадиях: организация мониторинга и измерения; предупредительные и корректирующие меры; идентификация и прослеживаемость. Управление рисками. Управление качеством на послепроизводственных стадиях: процессы хранения, поставки, продажи, эксплуатации, обслуживания и ремонта

Литература

а) Основная литература

1. Ф. Котлер «Основы маркетинга». Учебник для вузов / Пер. с англ. Под ред. Р.Б.Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 2014 – 324 с
2. Глухов В. В. Менеджмент: учебник для студентов эконом. спец. вузов / В. В. Глухов. - 3-е изд. - СПб.: Питер, 2008. - 800 с. - (Учебник для вузов). 385-00.
3. Шевчук Д. А. Управление качеством: учеб. пособие для вузов / Д. А. Шевчук // КонсультантПлюс: Высшая Школа. - М., 2009. - 214 с.
4. Кузнецова Н.В. Управление качеством: учеб. пособ. / Рек. Редакционно-издательским Советом Российской академии образования в качестве учебного пособия; Кузнецова Н.В. – М.: Флинта, 2009. – 360 с.

б) Дополнительная литература

5. «Экономический словарь» под ред. А.Н. Азрилияна, изд. «Институт новой экономики», Москва, 2004 г.
6. Куликов Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности. – М. : Экономика, 2000.
7. Мазур И. И., Шатино В. Д. и др. Управление проектами: справочное пособие. / под ред. И. И. Мазура. – М. : Высшая школа, 2001.
8. Стивенсон В. Дж. Управление производством : пер. с англ. – М. : БИНОМ; Лаборатория базовых знаний, 2002.
9. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции : сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1986.
10. Carly N. Jde. History of the Malcolm Baldrige Award // Quality Progress. – 1990. – N 3.
11. Criteria for Performance Excellence // Baldrige National Quality Programme. – 2002.
12. Evans J. R. The Management and Control of Quality. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing, 1999.
13. Горбашко, Е.А. Управление качеством : [понятие качества и конкурентоспособности. Инструменты и технологии. Сертификация] : учеб. пособие / Е. А. Горбашко. - СПб.[и др.] : Питер, 2008. - 382 с.

14. Деева, В.А. Управление качеством : учеб. пособие / В. А. Деева, Н. А. Кобиашвили, Б. А. Кобулов. - М. : Юриспруденция, 2009. - 102 с.

7.ДИСЦИПЛИНА «ВВЕДЕНИЕ В СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Введение. Излагаются общие и характерные черты, связывающие понятие «маркетинг» и «стратегический маркетинг» и позволяющие выделить последний в качестве специфического по целям и способам направления.

Тема 1. Современный этап развития маркетинга. Особенности стратегического маркетинга и его задачи. Основные понятия и принципы.

Место маркетинга в современной организации. Изменения в окружающей среде и маркетинге. Стратегические задачи маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Новые направления маркетинга. Принципы построения компании, ориентированной на потребителя

Тема 2. Анализ внешней среды. Проведение внутреннего аудита. Изучение основных принципов и задач маркетинговых исследований.

Микро и макросреда. Источники маркетинговой информации.

Виды и методы маркетинговых исследований: поисковые, описательные, причинно-следственные; количественные и качественные исследования. Новые направления маркетинговых исследований. Порядок проведения маркетингового исследования. Анализ, SWOT анализ. Анализ потребителей, конкурентов, поставщиков.

Тема 3. Стратегии сегментирования и позиционирования.

Типы сегментирования потребительских рынков. Критерии эффективного сегментирования. Стратегии сегментирования. Современные задачи сегментирования. Стратегии позиционирования. Важность эффективного позиционирования. Выбор отличительных черт товара.

Использование рыночных исследований для эффективного позиционирования.

Достоинства правильного позиционирования

Тема 4. Этапы выработки маркетинговой стратегии. Типовые маркетинговые стратегии

Факторы, определяющие выбор маркетинговой стратегии. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Виды маркетинговых стратегий. Матрица Ансоффа. Классификация стратегий Портера. Оборонительные стратегии. Принципы наступательной войны.

Стратегии лидеров, претендентов на лидерство, последователей и обитателей рыночных ниш. Влияние жизненного цикла отрасли на выбор маркетинговой стратегии. Стратегические партнерства. Принципы ведения маркетинговых войн

Тема 5. Разработка маркетингового плана.

Цели и задачи маркетингового плана. Преимущества планирования. Положения критических замечаний к планам. Правильная постановка маркетинговых целей.

Содержание стратегического маркетингового плана: миссия, позиционирование, анализ возможностей и рисков, внутренний аудит, определение целей развития, выбор стратегии развития, оценка и контроль мероприятий.

Составление маркетингового бюджета. Разработка программы реализации плана. Межфункциональные связи маркетингового плана. Анализ уязвимости. Управление стратегическими неожиданностями. Особенности финансовой оценки маркетинговых мероприятий

Тема 6. Товарная политика и ценовая стратегия. Сбытовая стратегия и коммуникационная стратегия.

Составляющие часть продукта. Жизненный цикл продукта. Значение инноваций для завоевания конкурентных преимуществ.

Процесс разработки нового товара. Виды новинок. Причины успеха и неудач новых товаров. Ассортиментная политика. Особенности ценовой стратегии по сравнению со всеми остальными элементами

Маркетинг-микса. Двойная роль цены товара. Понятие ценности продукта для потребителя. Типовые стратегии ценообразования. Ценообразование на основе издержек, спроса, ориентации на конкурента и ценности продукта.

Литература

а) Основная литература

1. Ф. Котлер «Основы маркетинга». Учебник для вузов / Пер. с англ. Под ред. Р.Б.Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 2014 – 324 с
2. Р.А. Фатхутдинов «Стратегический маркетинг» М. 2000 г.
3. Р.Б. Ноздрева, Л.И. Цигичко «Маркетинг: как победить на рынке» изд. «Финансы и статистика», Москва, 1991 г.
4. М.П. Любимова, Л.В. Мясоедова, Ю.А. Олейникова «Стратегическое планирование на предприятии» изд. «ИРИОР» Москва, 2001 г.
5. Ю. Бригхем, Л. Ганенски «Финансовый менеджмент» полный курс в переводе с английского под ред. В.В. Ковалева, изд. «Экономическая школа», Санкт-Петербург, 2001г.
6. Кошлаков Г.В. «Введение в стратегический маркетинг», изд. РТСУ, Душанбе, 2006г.

Б) Дополнительная литература

7. «Экономический словарь» под ред. А.Н. Азрилияна, изд. «Институт новой экономики», Москва, 2004 г.
8. А.В. Бусыгин, «Эффективный менеджмент», Москва, 2000г.
9. Э.А. Уткин, Г. И. Морозова, Н.Н. Морозова «Инновационный менеджмент» изд. «Акалис», Москва, 1996г.
10. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг-менеджмент и стратегии. – СПб: Питер, 2007. С.
11. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – IMISP, Питер, 2007. С

8.ДИСЦИПЛИНА «МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ»

Тема 1. Основные понятия и сферы международных валютно - кредитных отношений

Валютно- кредитные отношения, как особый вид экономических отношений. Сферы возникновения валютных отношений и их роль в международных отношениях.

Основы МВК и ФО в современных условиях.

Понятие валюты и валютных ценностей.

Национальные и иностранные валюты. Резервные (ключевые) валюты.

Конвертируемость валюты. Свободно конвертируемая, частично конвертируемая и замкнутая валюта.

Внешняя и внутренняя конвертируемость.

Понятие валютной системы. Национальные, общемировые и региональные валютные системы.

Валютный курс и основные способы его представления. Прямые и обратные котировки валют.

Кросс – курсы валют. Типы изменений валютного курса: рыночный и государственный.

Тема 2. Мировая валютная система, ее эволюция и институты

Характеристика общемировых валютных систем. Системы золотого, золото – девизного стандарта, фиксированных паритетов. (Бреттон- Вудская) и современная общемировая валютная система(Ямайская). Понятие, структура, формы и функции международной валютной ликвидности. Динамика золотых, специальных прав заимствования (СДР) и ЭКЮ. Показатели международной ликвидности. Методы ее регулирования.

Международный валютный фонд: задачи, структура и органы управления. Эволюция задач МВФ в процессе развития мировой валютной системы. Источники финансирования МВФ. Значение СДР в межгосударственных расчетах, в механизме управления МВФ и в кредитной политике фонда. Расчет стоимости СДР, Кредиты МВФ и условия их предоставления.

Группа Всемирного Банка: структура, задачи и особенности. Международный банк реконструкции и развития, Международная ассоциация развития. Международная финансовая корпорация и Многостороннее агентство гарантирования инвестиций. Финансовые источники организаций ГВБ. Кредитная политика организаций ГВБ.

Тема 3. Регулирование валютные системы, зоны и блоки

Общее и особенное в понятиях валютной системы, валютных зон Манделла. Исторические типы валютных зон и блоков. Зона французского франка.

Развитие Европейской валютной системы до Маастритского соглашения. Основные элементы механизма кредитно – денежного регулирования в ЕВС до Маастрихта.

Европейский фонд валютного сотрудничества. Европейская денежная единица ЭКЮ.

Развитие Европейской валютной системы после Маастрихтского соглашения. Единая валюта – евро: особенности, преимущества и недостатки. Сценарий перехода к евро.

Критерии для вступления страны в зону евро. Механизм валютного регулирования в зонах ins и pre- ins. Роль и кредитно – денежные инструменты Европейского Центрального Банка.

Тема 4. Балансы международных расчетов

Понятие и классификация балансов международных расчетов. Платежный баланс страны, его содержание и структура.

Методы составления платежных балансов. Схема платежного баланса, рекомендованная МВФ. Учетные и аналитические проблемы при составлении основных разделов платежного баланса. Статья «Ошибки и пропуски» и её смысл. Методы подсчета сальдо ПБ: базисный метод, метод ликвидности, метод специальных расчетов. Факторы, влияющие на ПБ

Методы и способы балансирования ПБ. паритета покупательной способности

Отличия расчетного баланса от ПБ.

Баланс международной задолженности. Международная инвестиционная позиция страны. Государства нетто- кредиторы и нетто- должники.

Основные черты ПБ разных групп стран: развитых стран с рыночной экономикой. Развивающихся государств и стран с переходной экономикой.

Платежные балансы России и других стран СНГ.

Тема 5. Международные кредитные отношения

Понятие международных кредитов и механизмы их привлечения. Группа Всемирного Банка: структура, задачи и особенности. Международный банк реконструкции и развития, Международная ассоциация развития (МАР). Международная финансовая корпорация(МФК) и Многостороннее агентство гарантирования инвестиций. Финансовые источники организаций ВБ. Кредитная политика организаций ВБ. Формирование и развитие региональных банков развития. Кредиты Азиатского банка развития (АБР), Европейского банка реконструкции и развития(ЕБРР), исламского банка развития, Африканского банка развития, Американского банка развития

Литература

а) Основная литература

1. Закон РТ «О валютном регулировании и валютном контроле».
2. Закон РТ «О банках и банковской деятельности»
3. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Учебник под редакцией Красавиной М.: Финансы и статистика, 2006.

4. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Под. ред. Л.Н. Красавиной. М.: Финансы и статистика. 2007.- 595 стр.
5. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Курс лекций. Султанов З.С., Азимов Х. и др. Душанбе: РТСУ. 397 стр.

б) Дополнительная литература:

1. Султанов З.С. Валютный рынок и валютное регулирование. Душанбе: Маориф ва фарханг.2009.
2. Рахмонов А.М., Азимов Х. Финансовое управление производством алюминия. В сборнике «Финансово-экономические механизмы регулирования кризисов». Душанбе. 2009. с. 114.
3. Азимов Х. Финансовое управление энергетическим потенциалом Таджикистана. Монография. Душанбе: Ирфон. 2007
4. Азимов Х. Вопросы регулирования платежного баланса. Материалы научной практической конференции на тему «Содействие финансового сектора в развитии экономики и сокращения бедности в РТ за годы независимости», организованной НИИ «Финансы» Министерства финансов РТ, Душанбе , август , 2006, стр. 61
5. Управление и финансирование платежного баланса в условиях кризиса. В сборнике «Финансово - экономические механизмы регулирования кризисов». Душанбе. 2009. с. 76.
6. Азимов Х. Вопросы управления последствиями кризиса. В сборнике «Финансово-экономические механизмы регулирования кризисов». Душанбе. 2009. с. 183
7. Сборник докладов «Проблемы финансов, учета и аудита в условиях глобального финансового кризиса». Душанбе. РТСУ. 2009.
8. Круглов В.В. Основы международных валютно-финансовых и кредитных отношений. М.: ИНФРА. 1998.
9. Финансы ВЭД: Учебное пособие. К.В. Рудый. М.: Высш. школа. 2004.
10. Шмырева А.И., Колесников В.И., Климов А.Ю. Международные валютно-кредитные отношения. С.-Пб. Питер. 2001.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ИТОГОВОМУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ ЭКЗАМЕНУ

Дисциплина «Управленческая экономика»

1. Функции и носители предпринимательства в рыночной экономике (подходы Р. Кантильона, Й. Шумпетера, И. Киршнера).
2. Оптимальные размеры фирмы и граница ее эффективности.
3. Основные организационно-правовые формы предприятий в российской экономике.
4. Государство в рыночной экономике, социально- институциональные проблемы рынка.
5. Основные постулаты поведения потребителя. Формирование равновесия потребителя (подходы кардиналистов и ординалистов).
6. Сущность понятий бухгалтерских и экономических издержек. Роль безвозвратных издержек в деятельности предприятий.
7. Роль предельных издержек в управлении предприятием. Приложение правила $MR = MC$ к выбору менеджером объема производства. Значение анализа критических точек и его применение в управлении фирмой.
8. Поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Фирмы, имеющие цели альтернативные неоклассическому подходу.
9. Спрос на ресурсы. Особенности формирования спроса на трудовые ресурсы.
10. Выбор менеджера в условиях неопределённости и риска.

Дисциплина «Методы исследования в менеджменте»

1. Способы совершенствования управления.
2. Исследование систем управления через исследование управленческих ситуаций.
3. Классификация типов исследования.
4. Объект, предмет, цели и задачи исследования.
5. Характеристика исследований в менеджменте по новизне, актуальности, научной и практической значимости.
6. Общая методология проведения исследования.
7. Черты менеджера исследовательского типа.
8. Управленческие и проблемные ситуации.
9. Временные характеристики ситуаций.
10. Подходы к исследованию.
11. Формулировка и задание ограничений в исследованиях.
12. Этапы работы с фактами в процессе исследования.
13. Результаты исследований в менеджменте.
14. Методы классификации.
15. Методы обобщения и типологии.
16. Индуктивные и дедуктивные методы исследования.
17. Конструирование понятий.
18. Аргументация.
19. Правила проведения формально-логических исследований.
20. Метод наблюдения.
21. Критерии оценок результатов исследования.

Дисциплина «Теория организации и организационное поведение»

1. Сущность теории научного управления (модель Тейлора). Основные черты классической теории организаций.
2. Содержание бюрократической теории организации. Модель М. Вебера.
3. Теория административного поведения Герберта Саймона.

4. «Система-4» Ренсиса Лайкерта.
5. Теория организационного потенциала И. Ансоффа.
6. Социальное восприятие: понятие и эффекты (ошибки) восприятия.
7. Научение как метод управления индивидуальным поведением.
8. Признаки, задачи и причины образования неформальной группы в организации. Методы управления неформальными группами в организации.
9. Основные подходы к формированию и управлению командами в организации.
10. Поведение индивидов и групп в различных культурных средах. Особенности поведения менеджера в инокультурной среде.

Дисциплина «Корпоративные финансы»

1. Понятие и содержание корпоративных финансов.
2. Основные принципы организации и роль финансов корпораций.
3. Характеристика финансовых взаимоотношений с бюджетом.
4. Понятие временной ценности денег.
5. Дисконтирование и компаундирование.
6. Учет инфляционного обесценения денег в принятии финансовых решений.
7. Понятие основного капитала, его структура и роль в организации финансов корпорации.
8. Методы начисления амортизации.
9. Капитальные вложения как способ воспроизводства основного капитала.
10. Принципы организации оборотного капитала, их состав и структура.
11. Денежные средства компании, каналы их поступления и расходования.
12. Методы нормирования оборотных средств.
13. Структура себестоимости продукции, работ и услуг по статьям и элементам.
14. Смета затрат на производство и реализацию продукции.
15. Финансирование затрат на производство и реализацию продукцию.
16. Классификация и функции доходов.
17. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость.
18. Чистый доход как основной экономический показатель, финансовый результат деятельности компании.
19. Собственный капитал корпораций, его состав и структура.
20. Добавочный капитал как результат переоценки основных фондов, эмиссионной деятельности компании.

Дисциплина «Современный стратегический анализ»

1. Необходимость стратегического управления, его роль в условиях неопределенности и турбулентности.
2. Отличие стратегического управления от оперативного управления.
3. Этапы развития стратегического подхода к управлению организацией.
4. Задачи стратегического менеджмента и стратегического анализа.
5. Понятие миссии организации. Назначение и роль миссии в стратегическом управлении. Способы формирования.
6. Факторы, влияющие на формирование миссии.
7. Цели организации, области установления целей. Состав и характеристика факторов, влияющих на формирование целей организации.
8. Стратегическая пирамида организации: состав и особенности стратегий на различных организационных уровнях.

9. Основные факторы, формирующие стратегию организации.
10. Анализ общего внешнего окружения (макросреды) организации: задачи и порядок проведения. Сущность СТЭП – анализа.
11. Анализ среды ближайшего окружения (микросреды) организации: задачи и порядок проведения.
12. Отраслевой анализ как компонент анализа ближайшего (непосредственного) окружения организации.
13. Структура и оценка сил конкуренции в отрасли.
14. Анализ ближайших конкурентов.
15. Стратегические группы конкурентов.
16. Анализ потребителей в системе стратегического управления.
17. Сущность и содержание управленческого анализа.
18. Анализ положения компании.
19. Методы управленческого анализа.
20. Цель и порядок выявления сильных и слабых сторон организации. Задачи и сущность SWOT-анализа.
21. Стратегический анализ затрат и цепи издержек.
22. Оценка конкурентоспособности компании.
23. Цели и основные этапы портфельного анализа.
24. Матрица Бостонской консультационной группы. Матрица McKinsey-General Electric. Матрица фирмы Arthur D.Littel (ADL/LC).
25. Базисные стратегии бизнеса их экономическое содержание.
26. Определение конкурентных преимуществ предприятия.
27. Сущность и классификация конкурентных стратегий организаций.
28. Условия применения и риски стратегии лидерства по издержкам.
29. Условия применения и риски стратегии дифференциации.
30. Условия применения и риски стратегии фокусирования на сегмент (нишевых стратегий).

Дисциплина «Международный маркетинг»

1. Понятие о маркетинге;
2. Базовые понятия маркетинга: нужда, потребности, запросы, сделка, товар, рынок, обмен и т.д.;
3. Комплекс маркетинга.
4. Предпосылки возникновения международного маркетинга.
5. Развитие внешней торговли;
6. Всемирное развитие НТП;
7. Развитие международного разделения труда;
8. Интернационализация производства и хозяйственной жизни;
9. Интеграция и глобализация экономики;
10. Особенности международного маркетинга.
11. Понятие о среде маркетинга;
12. Микросреда. Основные элементы микросреды. Компания и поставщики.
13. Маркетинговые посредники;
14. Конкуренты и контактные аудитории;
15. Макросреда и ее основные элементы. Система международной торговли.
16. Правовая среда. Перечень необходимой информации для анализа и оценки правовой системы.
17. Политическая среда. Перечень необходимой информации для анализа и оценки политической системы.

18. Экономическая среда. Перечень необходимой информации для анализа и оценки экономической системы
19. Культурная среда.
20. Экспорт и импорт товаров и услуг. Оформление товара.
21. Бартер как форма экспорта товаров и услуг. Виды бартера.
22. Позитивные и негативные последствия бартера.
23. Совместная предпринимательская деятельность.
24. Лицензирование. Лицензированные платежи. Франчайзинг

Дисциплина «Рекламная деятельность»

1. Дать определение внешних факторов воздействия на человека при покупке товара.
2. Дать определение внутренним факторам?
3. Что такое раздражители и как они действуют на людей?
4. Что такое убеждение?
5. Что такое внушение?
6. Как выглядит оптимальный с психологической точки зрения график подачи рекламных объявлений
7. Каковы этапы воздействия рекламы на потребителя?
8. Что такое произвольное внимание?
9. Что такое непроизвольное внимание?
10. Какие существуют способы перевода непроизвольного внимания в произвольное?
11. Назовите первичные и вторичные мотивы потребителей?
12. Какова методика написания рекламных текстов?
13. Какие еще современные методики вы знаете?
14. Какие существуют правила при составлении заголовков и какова их роль?
15. Как можно использовать иллюстрации и фотографии в рекламных текстах?
16. Каким образом можно составить идеальное рекламное объявление?
17. Что должно быть в рекламном объявлении, что бы оно заставило покупателя совершить покупку?
18. Как проводятся рекламные компании?
19. Что необходимо сделать в первую очередь при планировании рекламных компаний?
20. Какие методы используются при проведении рекламных акций?
21. Что представляет собой позиционирование?
22. В чем смысл рекламных исследований?
23. Какие есть преимущества и недостатки при проведении рекламных компаний?

Дисциплина «Этика делового общения»

1. Что такое этика?
2. Как влияет общество на поведение человека?
3. Из каких постулатов состоит кодекс чести делового человека, прокомментируйте их содержание?
4. Разберите конкретные ситуации нарушения этических норм руководителем?
5. Приведите примеры этичного и неэтичного поведения руководителя.
6. Что такое этикет?
7. Из каких правил состоит этикет?
8. Прокомментируйте правила составления деловых писем.
9. Как используются визитки в деловом мире?
10. Кто имеет право работать с секретными документами, правила и способы их хранения.

11. Значение подарков в деловом мире.
12. Опишите нормы и правила приветствия на деловых встречах.
13. Что такое деловой протокол?
14. Какие виды приемов вы знаете
15. Какие виды договоров вы знаете?
16. Каковы правила их составления?
17. Из каких этапов состоит переговорный процесс?
18. Из каких постулатов состоит моральный кодекс переговоров, прокомментируйте их?
19. Опишите, что входит в понятие регламента переговоров?
20. Что такое аргументы, и каковы правила их применения?
21. Что входит в понятие лояльных и нелояльных уловок?
22. Опишите особенности поведения иностранных партнеров на переговорах.
23. Значение этики в международном бизнесе?
24. Стереотипы в международном деловом мире?

Дисциплина «Организационные формы предпринимательских структур»

1. Предмет, задачи и содержание курса
2. Понятие и содержание предпринимательства
3. Понятие, функции и роль предпринимательства
4. Цель, задачи и условия предпринимательства.
5. Сферы и формы предпринимательской деятельности
6. Малое предприятие и особенности его предпринимательской деятельности
7. Государственная поддержка малого бизнеса.
8. Существующие проблемы малого бизнеса и пути их решения
9. Виды предпринимательской деятельности
10. Производственное предпринимательство
11. Коммерческое предпринимательство
12. Финансовое предпринимательство
13. Консультативное предпринимательство
14. Организация и развитие собственного дела
15. Создание нового предприятия
16. Порядок и организация собственного дела
17. Этапы организации предприятия
18. Разновидности собственного предприятия в разных странах
19. Разработка технико-экономического обоснования и его основные разделы
20. Содержание бизнес-плана и его разделы.
21. Управления новым предприятием
22. Основные требования при предпринимательском управлении новым предприятием
23. Механизм функционирования частных, коллективных и унитарных предприятий
24. Понятие, виды и классификация юридических лиц
25. Классификация предприятий по различным признакам
26. Классификация юридических лиц на основе правовых форм
27. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц
28. Унитарные предприятия и организации
29. Производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общества.
30. Объединения юридических лиц и их основные группообразования
31. Основные принципы объединения предприятий
32. Предпринимательство и риск. Виды риска

33. Способы уменьшения риска

Дисциплина «Логистика в международном бизнесе»

1. Приведите известные вам определения логистики.
2. В чём заключается принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного, и её эффективность.
3. Назовите концепции логистики.
4. Перечислите основных участников логистического процесса.
5. Перечислите задачи службы логистики.
6. Дайте определение материального потока.
7. Перечислите виды материальных потоков.
8. Приведите классификацию логистических операций.
9. Дайте определение “системы” и логистической системы.
10. Дайте определения логистической модели и моделирования.
11. Дайте определение системного подхода.
12. Определение понятия закупочной логистики.
13. Как выбирают поставщика?
14. Что такое производственная логистика?
15. Дайте схемы тянущей и толкающей систем управления материальными потоками.
16. Перечислите задачи, решаемые на микро и макроуровне.
17. Дайте определение логистического канала и цепи.
18. Дайте классификацию посредников.
19. В чём отличие распределительной логистики и маркетинга?
20. Какие факторы влияют на выбор вида транспорта?
21. Назовите виды тарифов.
22. В чём разница между понятиями “Информация”, “ПС” и “Информационный поток”?
23. Что такое штриховой код?

Дисциплина «Управление качеством на основе международных стандартов»

1. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий.
2. Анализ брака и потерь от брака.
3. Виды затрат на качество
4. Виды испытаний продукции.
5. Виды сертификации по правовому признаку.
6. Виды сертификации по процедуре проведения
7. Виды стандартов в России. Категории нормативных документов по стандартизации в РФ.
8. Виды технического контроля
9. Влияние качества на ценообразование.
10. Влияние качества продукции на конкурентоспособность предприятия.
11. Главные задачи и принципы планирования качества продукции
12. Государственная система стандартизации РФ (ГСС РФ)
13. Государственный стандарт, основные этапы его разработки.
14. Документальное оформление требований к качеству
15. Единичные, комплексные и интегральные показатели качества продукции.
16. Защита прав потребителей товаров и услуг
17. Знак соответствия.
18. Инженерно-технологические методы

19. Инструменты контроля качества
20. Квалиметрия как наука, ее роль, методы и области практического применения
21. Классификация и сферы приложения методов управления качеством
22. Классификация показателей качества продукции
23. Международная практика сертификации.
24. Международные стандарты
25. Методы количественной оценки уровня качества
26. Методы улучшения качества
27. Метрологическое обеспечение и его цели
28. Механизм управления качеством.
29. Необходимость планирование качества
30. Опыт зарубежных стран по управлению качеством.

Дисциплина «Введение в стратегический маркетинг»

1. Эволюция маркетинговой концепции: основные этапы. Характеристика современной концепции маркетингового управления.
2. Определение и задачи маркетинга. Функции маркетинга.
3. Анализ внешней среды. Проведение PEST анализа.
4. Классификация источников информации для проведения маркетинговых исследований
5. Маркетинговые исследования и этапы их проведения.
6. Методы маркетинговых исследований.
7. Понятие и роль сегментирования и позиционирования в маркетинге
8. SWOT анализ, особенности проведения.
9. Комплексный анализ рынка. Модель 5 сил Портера как один из видов такого анализа.
10. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии. Факторы, влияющие на разработку стратегии.
11. Типовые маркетинговые стратегии (5 групп).
12. Стратегии завоевания конкурентного преимущества
13. Наступательные стратегии и стратегии защиты
14. Влияние жизненного цикла отрасли и товара на выбор маркетинговой стратегии.
15. Виды новых товаров, своевременность и необходимость инноваций.
16. Причины успеха и неудач новых товаров.
17. Ассортиментная политика предприятия
18. Цели и задачи ценообразования. Понятие цены и ценности.
19. Стратегии ценообразования
20. Цели и виды маркетинговых коммуникаций. Новые виды маркетинговых коммуникаций в интернет.
21. Комплекс коммуникаций. Достоинства и недостатки каналов коммуникаций.
22. Определение бюджета коммуникаций: затратный и инвестиционный подходы
23. Логистическая стратегия нацеленная на полное и качественное выполнение заказа покупателя. Маркетинговая логистика.
24. Особенности выбора и управление маркетинговыми каналами
25. Понятия товарного знака, марки, бренда. Элементы бренда. Капитал бренда.
26. Спектр взаимоотношений брендов. Бренд дом и дом брендов
27. Оценка стоимости бренда

Дисциплина «Международные валютно-кредитные отношения»

1. Структура валютной системы и ее элементы
2. Механизм предоставления валютного кредита
3. Резервная и твердая валюта

- 4.Общая характеристика международного кредита
- 5.Конвертируемость валюты
- 6.Уставный капитал Международного валютного фонда
- 7.Элементы валютной системы
- 8.Международный валютный фонд
- 9.Виды валютных систем
- 10.Виды девизной политики
- 11.Классификация международных кредитов
- 12.Этапы развития международной валютной системы
- 13.Виды валютных кредитов
- 14.Валютная политика и ее методы
- 15.Механизм предоставления валютных кредитов
- 16.Понятие международной валютной ликвидности и ее показатели
17. Характеристика внешней задолженности
- 18.Виды золотых рынков
- 19.Основные фонды, сформированные для кредитования
- 20.Характеристика бриллианта как товара
21. Типы валютных сделок
- 22.Правила определения кросс-курса