

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института экономики и
менеджмента


_____ Е. В. Нехода

« 20 » _____ 04 2023 г.



Рабочая программа дисциплины

Глобальные бизнес-стратегии

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:
Международный менеджмент (International Management)

Форма обучения
Очная


Квалификация
Магистр

Год приема
2022

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.08

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 О.П. Недоспасова

Председатель УМК

_____ М.В. Герман

Томск – 2023



1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК 3.2 Знает теорию операционного управления, оценивает операционную эффективность управленческих решений;

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить аппарат стратегического планирования и управления международной компанией;

– Научиться применять понятийный аппарат в сфере глобального менеджмента для решения практических задач профессиональной деятельности;

– Освоить инструментарий стратегического анализа и научиться применять методы стратегического анализа для анализа стратегий международных компаний.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплина (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Первый семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Английский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е., 216 часов, из которых:

-лекции: 10 ч.

-практические занятия: 26 ч.

в том числе практическая подготовка: 26 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в курс. Что такое глобальная стратегия?

Ключевая терминология курса. Глобализация и ее роль в формировании глобальных бизнес-стратегий. Концепция «Глобальная интеграция – локальный ответ» и 4 типа глобальных бизнес-стратегий. Реализация концепции «Глобальная интеграция – локальный ответ» на примере отраслей и международных компаний.

Тема 2. Стратегический процесс. Анализ организации. Подходы к стратегиям.

Определение и ключевые характеристики глобальной компании. Особенности процесса разработки глобальных стратегий. Теория и методология анализа глобальных бизнес-стратегий. Анализ организации.

Тема 3. Общий анализ окружающей среды.

Понятие предпринимательской среды организации. Уровни предпринимательской среды организации. Понятие внешней среды и ее особенности в международном контексте. Отраслевой анализ и его особенности в международном контексте.

Тема 4. Интернационализация фирмы. Транснациональные компании.

Транснациональная компания как единица анализа. Стратегический менеджмент в транснациональной корпорации. Конкурентные стратегии Майкла Портера. Цепочки поставок в международном бизнесе. Аутсорсинг в деятельности международных компаний. Понятие устойчивого конкурентного преимущества. Ключевые факторы успеха. Анализ конкурентов. Особенности организационного дизайна транснациональных корпораций.

Тема 5. Стратегия выхода на мировой рынок. Когда, куда и как идти?

Концепция «Собственность-Локализация-Интернационализация» (OLI framework). Стратегии выхода на международные рынки. Международные интегральные индексы в оценке международного бизнеса.

Тема 6. Миссия и видение выхода на глобальный уровень, стратегические цели компаний. Университеты как глобальные корпорации.

Цель, миссия, видение, стратегические задачи международной организации. Особенности формулирования и реализации. Формулирование миссии и видения глобальных университетов как глобальных корпораций.

Тема 7. Стратегический анализ: внутренний анализ как часть анализа предпринимательской среды компании.

Понятие внутренней среды фирмы. Подходы и методы в анализе внутренней среды.

Тема 8. Стратегический анализ: внешний анализ как часть анализа предпринимательской среды компании.

Понятие внешней среды компании. Типовой план выхода компании на международный рынок. Концепция анализа CAGE (Cultural, Administrative, Geographic, Economic).

Тема 9. Анализ отрасли. Стратегические альянсы и глобальные сети.

Конкурентоспособность компаний. Методы анализа отрасли. Особенности отраслевого анализа в международном контексте. Методика «Пять сил Портера». Модель «Ромб Портера» (Porter's Diamond Model).

Тема 10. Инструменты и подходы общего анализа среды. Анализ SWOT.

Общий анализ предпринимательской среды. SWOT-анализ, его методика и применение для анализа транснациональных корпораций.

Тема 11. Инструменты и подходы анализа внешней среды. PEST/PESTEL.

Анализ внешней среды макроуровня. Методика PEST/PESTEL/PESTELE, ее особенности и применение.

Тема 12. Примеры глобальной бизнес-стратегии: тематические исследования.

Кейс Carlsberg. Кейс IKEA. Кейс L'Oreal. Кейс Huawei. Кейс Geely и Volvo.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, деловых игр по темам, решения кейсов, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в первом семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет включает в себя 2 вопроса, проверяющие ИОПК-3.2. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Каковы причины дифференциации стратегий компаний, когда они решают выйти на глобальный уровень? Основываясь на сетке требований глобализации и адаптации к местным условиям, проанализируйте отрасль, в которой работает компания, которую вы выбрали для своего проекта. Какие глобальные бизнес-стратегии типичны для этой отрасли и почему?

2. Является ли выбранная вами компания первопроходцем или опоздавшим на мировой рынок? Как эта компания вышла на мировой рынок: большая или маленькая? Какие преимущества получила ваша компания при выходе на мировой рынок?

3. Какие параметры и показатели анализа CAGE наиболее подходят для вашей компании? Объясните с дополнительными подробностями, если вдруг эта модель анализа не применима к вашей компании.

4. Связаны ли политические стратегии с корпоративными стратегиями вашей компании? Объясните, как и почему ваша компания разрабатывает внешнюю политику?

5. Какие способы выхода на зарубежные рынки использует ваша компания и почему. Какие способы входа типичны для этой отрасли? Дайте развернутый ответ. Если режимы различаются для разных стран, регионов или продуктов, предоставьте аналитическое объяснение с дополнительными подробностями.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется студенту, который глубоко и прочно усвоил материал и исчерпывающе, грамотно, логически стройно и творчески его изложил. Соответствующая компетенция сформирована полностью. Итоги по текущему контролю также соответствуют оценке «отлично» и «хорошо».

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает материал, грамотно и, по существу, его излагает. Студент не допускает существенных неточностей в ответах на вопросы. Соответствующая компетенция сформирована в целом полностью, но содержат отдельные пробелы. Итоги по текущему контролю также соответствуют оценке «хорошо» и «отлично».

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала, в т.ч. и при решении задания. Студент показывает общее, но не структурированное знание, в

целом успешное, но не систематическое освоение соответствующей компетенции. Итоги по текущему контролю также соответствуют оценке «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не усвоил значительной части материала, допускает существенные ошибки. Студент показывает фрагментарные знания теоретического материала, частично освоенную и фрагментарно применяемую соответствующую компетенцию. Списывание является основанием для получения оценки «неудовлетворительно».

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=31641>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– The Blackwell handbook of strategic management / edited by Michael A. Hitt, R. Edward Freeman, Jeffrey S. Harrison. - Malden [a. o.] : Blackwell Publishing, 2008. - XX, 716 p.: ill. - (Handbooks in management)

б) дополнительная литература:

– Ковалев В. А. Современный стратегический анализ : [учебник для обучающихся по программам высшего профессионального образования направления подготовки 38.04.02 "Менеджмент"] / В. А. Ковалев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2016. - 286, [1] с.: ил., табл. - (Учебник для вузов) - (Стандарт третьего поколения) . URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000531064/000531064.pdf>

– Шевченко Б. И. Международный бизнес : [учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки "Экономика"] / Б. И. Шевченко ; Рос. гос. гум. ун-т. - Москва : Кнорус, 2021. - 566 с.

– Whittington R. What is strategy - and does it matter? / Richard Whittington. - 2nd edition. - Andover : Cengage Learning EMEA, [2012]. - X, 151 p.: ill.

в) ресурсы сети Интернет:

– открытые онлайн-курсы

– Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru

– Официальный сайт Всемирного банка - www.worldbank.org

– Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

в) профессиональные базы данных *(при наличии)*:

- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) –
<https://www.fedstat.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Павлова Ирина Анатольевна, к.э.н., кафедра стратегического менеджмента и маркетинга, Институт экономики и менеджмента НИ ТГУ, доцент