

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.08.2023 11:42:53

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

Анализ мирового рынка высоких технологий

Закреплена за подразделением

Кафедра индустриальной стратегии

Направление подготовки

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Технологическое лидерство и системный инжиниринг

Квалификация

Магистр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет 3

аудиторные занятия

51

самостоятельная работа

57

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	19			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	17	17	17	17
Практические	34	34	34	34
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	57	57	57	57
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Цель освоения дисциплины (модуля) - сформировать у обучающихся четкое представление о международном предпринимательстве как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации прежде всего зарубежной внешнеэкономической и предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по организации экспорта и импорта товаров и услуг, а также производственной деятельности на внешних рынках.
1.2	Задачами дисциплины (модуля) следующие направления: дать четкое представление о современных методах предпринимательской деятельности на мировом рынке; привить знания по анализу и построению обзоров и прогнозов развития международной предпринимательской среды и мирового рынка; научить адаптироваться в международной, иностранной, отличающейся от национальной, культурной среде; познакомить с основными стратегиями выхода на зарубежные рынки; дать представление об основных маркетинговых стратегиях расширения внешней торговли и международного бизнеса; научить различать глобальный и мультинациональный маркетинг, владеть соответствующими технологиями; дать знания по повышению международной конкурентоспособности товаров и услуг, по инновационной и ассортиментной политике компании в международном бизнесе; научить отличиям и преимуществам в использовании различных моделей международного жизненного цикла товара и его оптимизации на мировом рынке; научить пользоваться методами ценообразования на мировых рынках; дать представление о механизме трансфертных цен; научить технологиям международной рекламы, ПР, прямого маркетинга и стимулирования экспорта; дать знания по международному бренд-менеджменту и системе оценке стоимости международного бренда; познакомить с особенностями построения организационных структур управления международной маркетинговой деятельностью; обучить основным приемам международного бизнес планирования; научить методам оценки эффективности международной предпринимательской деятельности.

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Коммерциализация технологических и организационно-экономических проектов	
2.1.2	Маркетинговая стратегия проектов	
2.1.3	Управление человеческим капиталом и стратегическое лидерство	
2.1.4	Кластерная политика в инновационном развитии России и зарубежных стран	
2.1.5	Стратегии технологического развития предприятий	
2.1.6	Управление проектом	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.2	Преддипломная практика	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, проектировать и разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
Знать:
ОПК-4-31 основные направления развития международного бренд-менеджмента и мирового рынка
Уметь:
ОПК-4-У1 интерпретировать результаты полученные в ходе самостоятельных научных исследований мирового рынка
Владеть:
ОПК-4-В1 навыками общения в профессиональной сфере, формулировать выводы, используя знания и обоснования, в профессиональной сфере