

**Аннотация дисциплины «Международный бизнес»
для направления подготовки 43.03.02 Туризм
Профиль: Международный и национальный туризм
заочная форма обучения**

Дисциплина «Международный бизнес» призвана познакомить студентов с принципами функционирования транснациональных корпораций, а также их ролью в мировой экономике. Практически все крупные компании осуществляют коммерческие операции на рынках зарубежных стран, либо вовлечены в процесс глобализации другими способами. В связи с этим правильная оценка преимуществ и недостатков различных форм ведения международного бизнеса, понимание особенностей функционирования мировых рынков и центров деловой активности является крайне важным для современных экономистов. Освоение дисциплины позволит студентам познакомиться с законодательными, политическими, технологическими и социальными особенностями ведения бизнеса за рубежом, а также межстрановыми культурными различиями. В результате освоения дисциплины студенты также приобретут необходимые знания и практические навыки в области международного стратегического менеджмента и таких функциональных областях управления международной компанией как маркетинг, финансовый учет, операционный менеджмент, лидерство и управление человеческими ресурсами. Пристальное внимание в рамках дисциплины также будет уделено деятельности малых и средних предприятий, которые вовлекаются в сферу международного бизнеса.

Место дисциплины в структуре ОП: Дисциплина относится к обязательной части общепрофессионального цикла дисциплин блока 1 учебного плана направления подготовки 43.03.02 «Туризм» профиль «Международный и национальный туризм», бакалавриат, заочная форма обучения.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Международная деловая среда

Общая характеристика международного бизнеса

Правовые аспекты международного бизнеса

Технологическая среда и политические риски ведения международного бизнеса

Роль культуры в международном бизнесе

Этика и социальная ответственность в международном бизнесе

Раздел 2. Управление международным бизнесом

Международный стратегический менеджмент

Анализ зарубежных рынков и стратегии проникновения

Международные стратегические альянсы

Международные организационные структуры и контроль

Лидерство и поведение работников в международной компании

Раздел 3. Функции управления в международном бизнесе

Международный маркетинг

Международный операционный менеджмент

Международный финансовый учет и налогообложение

Международное управление человеческими ресурсами и трудовые отношения