

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учебно-методическое объединение по экономическому образованию

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь


А.Г.Баханович

15.01.2024
Регистрационный № Б-05-04-010 /пр.

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

**Примерная учебная программа по учебной дисциплине
для специальности
6-05-0311-03 «Мировая экономика»**

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель Министра
антимонопольного регулирования и
торговли Республики Беларусь


И.В.Вежновец

22.01.2023

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления
профессионального образования
Министерства образования Республики
Беларусь


С.Н.Пищов

12.01.2024

СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-методического
объединения по экономическому
образованию


А.В.Егоров

20.01.2023

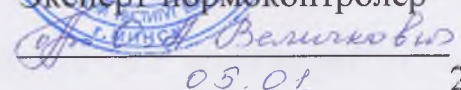
СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической
работе Государственного учреждения
образования «Республиканский институт
высшей школы»


И.В.Титович

06.11.2024

Эксперт-нормоконтролер


05.01.2024

Минск 2024

Информация об изменениях размещается на сайтах:

<http://www.edustandart.by>

<http://www.nihe.bsu.by>

СОСТАВИТЕЛИ:

Е.Н.Дудко, доцент кафедры международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

С.В.Савенко, ассистент кафедры международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра «Бизнес-администрирование» Белорусского национального технического университета (протокол № 15 от 05.03.2022);

Д.Ф. Рутко, заведующий кафедрой экономического развития Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ПРИМЕРНОЙ:

Кафедрой международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 03.03.2022);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»; (протокол № 7 от 15.06.2022);

Научно-методическим советом по мировой экономике Учебно-методического объединения по экономическому образованию (протокол № 2 от 17.06.2022)

Ответственный за редакцию: Е.Н. Дудко

Ответственный за выпуск: Е.Н. Дудко

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Примерная учебная программа по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта общего высшего образования по специальности 6-05-0311-03 «Мировая экономика».

Целью учебной дисциплины «Конкурентные стратегии» является углубленное изучение теории конкуренции, ее стратегий и тактик в международной торговле товарами и услугами, технологическом обмене, производственно-технологической кооперации; развитие аналитического мышления у обучающихся.

Задачи учебной дисциплины: знать закономерности международной конкуренции и конкурентного поведения на рынках, теории конкуренции, основные виды базовых и корпоративных стратегий конкурентного поведения на рынках, уметь разрабатывать классические типы конкурентных стратегий экспортеров в условиях современной международной экономики.

Учебная дисциплина «Конкурентные стратегии» выступает логическим продолжением, развивает и дополняет содержание учебных дисциплин «Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью», «Международные экономические отношения».

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

В результате изучения учебной дисциплины «Конкурентные стратегии» формируются следующие компетенции:

универсальная:

быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности;

базовая профессиональная:

формировать и оценивать конкурентную стратегию и конкурентное преимущество организации и позиционировать компанию на рынке.

В результате изучения учебной дисциплины «Конкурентные стратегии» студенты должны:

знать:

сущности и содержания понятий «глобализация», «конкуренция», «рынок», «конкурентная стратегия», «товарная стратегия»;

основные принципы и подходы стратегического управления;
основные стратегии фирмы, критерии выбора базовых стратегий;

уметь:

использовать методы, формы и инструменты комплексного анализа всех видов деятельности организации по эффективному использованию производственных ресурсов;

владеть:

базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;
методами оценки конкурентоспособности;
междисциплинарным подходом для решения экономических задач.

Общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины в соответствии с примерным учебным планом - 108 часов, аудиторные – 68 часов, из них лекции - 34 часа, семинарские занятия - 34 часа.

Рекомендуемая форма промежуточного контроля - экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование тем	лекции	практические
1	Эволюция теории международной конкуренции	6	4
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции	2	2
3	Методология и этапы стратегического управления	2	2
4	Базисные стратегии организации	4	4
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам	2	4
6	Корпоративные стратегии	2	4
7	Международные конкурентные стратегии	2	2
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	4	2
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии	2	2
10	Методы анализа рынка	2	2
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке	4	4
12	Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества	2	2
Всего:		34	34

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Эволюция теории международной конкуренции

Понятия конкуренции, конкурентоспособности, конкурентного преимущества. Конкурентоспособность товара (услуги), организации, отрасли, страны, региона.

Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет абсолютных преимуществ, сравнительных преимуществ; за счет факторов производства.

Теория международной конкуренции М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества страны. Этапы (эволюция) конкурентных преимуществ. Пять сил конкуренции в отрасли. Глобальные цепочки добавленной стоимости как основа формирования конкурентного преимущества.

Тема 2. Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции

Влияние мировых тенденций на формы и методы международной конкуренции. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ национальных фирм.

Общая характеристика современной среды международного бизнеса. Формы интернационализации производства. Понятие и специфические черты глобальной конкуренции.

Понятие, основные функции и особенности стратегического менеджмента. Соотношение концепций и методов долгосрочного планирования, стратегического маркетинга и стратегического менеджмента.

Тема 3. Методология и этапы стратегического управления

Основные принципы и методологические подходы стратегического управления. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами.

Структура процесса стратегического управления и основные этапы разработки конкурентной стратегии организации. Понятие, роль и основные составляющие миссии и бизнес-идеи организации. Понятие стратегии организации.

Тема 4. Базисные стратегии организации

Сущность и классификация базисных стратегий по М. Портеру.

Стратегия минимизации издержек: содержание; условия, возможности и сложности реализации стратегии лидерства по издержкам; источники достижения конкурентных преимуществ.

Стратегия дифференциации. Виды дифференциации, источники достижения конкурентных преимуществ при реализации данной стратегии. Сопоставление эффектов специализации и дифференциации.

Стратегия фокусирования (концентрации) на рыночном сегменте. Фокусирование по издержкам и сфокусированная дифференциация: цели, условия реализации, источники конкурентных преимуществ и риски осуществления данной стратегии.

Критерии выбора конкретных базовых стратегий на мировом рынке. Реализация базисных стратеги белорусскими экспортерами.

Тема 5. Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам

Понятие позиционирования товара (услуги) и организации на рынке по Дж.Трауту. Влияние текущей конкурентной позиции на выбор стратегических действий по отношению к конкурентам.

Оборонительная стратегия: принципы формирования и условия осуществления. Основные формы оборонительных стратегий: удержание доли рынка, упреждающие действия и методы их реализации.

Наступательные стратегии: принципы формирования и условия осуществления. Основные формы наступательных стратегий: атака на сильные и слабые стороны конкурента; атака по широкому фронту; фланговая атака; атака на отдельные позиции конкурента. Стратегия партизанской атаки.

Критерии выбора оборонительных и наступательных стратегий. Реализация оборонительных и наступательных стратегий на мировом рынке белорусскими экспортерами.

Тема 6. Корпоративные стратегии

Понятие и типы корпоративных стратегий.

Стратегия диверсификации: сущность; источники конкурентных преимуществ; условия формирования и риски реализации данной стратегии. Сущность синергетического эффекта и его роль в эффективном осуществлении стратегии диверсификации. Формы диверсификации: связанная и несвязанная; вертикальная и горизонтальная, централизованная и конгломеративная диверсификация.

Стратегия интеграции, сущность и условия эффективной реализации. Вертикальная и горизонтальная интеграция. Интеграция «вперед» и «назад» по технологической цепочке. Сравнительная характеристика стратегии концентрированного роста и стратегии интегрированного роста. Условия эффективности и риски при слияниях и поглощениях компаний. Международные стратегические альянсы: цели создания, сущность, формы и условия эффективного функционирования.

Стратегии реструктуризации и дезинтеграции: условия и формы реализации.

Выбор корпоративных стратегий на мировом рынке и их реализация белорусскими предприятиями.

Тема 7. Международные конкурентные стратегии

Многонациональная и глобальная конкуренция: сущность и сравнительная характеристика. Многонациональная и глобальная стратегия конкуренции: критерии выбора и условия эффективной реализации.

Глобальная стратегия дифференциации производства и сбыта. Критерии выбора страны и отрасли для реализации глобальной стратегии дифференциации.

Стратегии транснациональной диверсификации. Роль международных диверсифицированных транснациональных компаний в международной конкуренции, источники их конкурентных преимуществ, сильные и слабые стороны; возможные формы сотрудничества и стратегии конкуренции с транснациональными компаниями на национальном рынке.

Стратегия глобального лидерства по издержкам: сущность, формы и условия эффективной реализации.

Глобальная стратегия сфокусированного дифференцирования: сущность и формы реализации.

Многонациональные стратегии международной конкуренции: критерии выбора, условия эффективной реализации.

Характеристика стратегий международной конкуренции основных белорусских экспортеров.

Тема 8. Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации

Основные стадии жизненного цикла товара (отрасли, рынка) и критерии их идентификации. Матрица И. Ансоффа: стратегии создания рынка, расширения рынка. Предпосылки интернационализации бизнеса на различных стадиях жизненного цикла отрасли (рынка).

Стратегии конкуренции в новых и быстрорастущих отраслях (рынках): специфические источники финансирования, методы формирования конкурентных преимуществ и продвижения продукции. Характеристика стратегий белорусских экспортеров, работающих на растущих (формирующихся) рынках.

Стратегии конкуренции в отраслях, находящихся на стадии зрелости: критерии идентификации данной стадии и набор рекомендуемых базисных и корпоративных стратегий.

Коммутантная, эксплерентная, пациентная и виолентная стратегии: их основное содержание и условия эффективной реализации.

Тема 9. Ценовые и неценовые конкурентные стратегии

Понятие и виды ценовой и неценовой конкуренции на мировом рынке. «Ценовые войны» в истории мировой экономики.

Основные типы ценовых стратегий: «снятие сливок», проникновение на рынок, «быстрой выручки», следования за лидером. Источники конкурентных

преимуществ и условия их эффективной реализации; риски и возможные ошибки при планировании и осуществлении ценовых стратегий.

Основные факторы, определяющие выбор ценовой стратегии: эластичность рынка, эффект масштаба (степени загрузки мощности), органическое строение капитала: сущность и расчет показателей. Расчет эффективности стратегии по критериям увеличения прибыли (для стратегии «снятия сливок») и роста доли рынка (для стратегии «покупки рынка»). Расчет эффективности инвестиций при стратегии создания рынка по критерию срока окупаемости.

Выбор ценовых стратегий на мировом рынке и их реализация белорусскими предприятиями.

Тема 10. Методы анализа рынка

Общая характеристика методов стратегического анализа. Понятие привлекательности рынка и показатели ее оценки. Понятие и показатели оценки конкурентной позиции товара и фирмы.

Матрица BCG как инструмент анализа конкурентных позиций товаров и определения направления перераспределения потоков денежной наличности между сферами бизнеса диверсифицированной компании.

Матрица GE / McKinsey как инструмент анализа краткосрочной эффективности инвестиций и их перераспределения между сферами бизнеса.

Сравнительный анализ собственных возможностей и отличительных способностей конкурентов, формирование «конкурентного профиля фирмы».

Основные компоненты SWOT-анализа: сильные и слабые стороны организации; возможности и угрозы. Методика проведения SWOT-анализа и формирования на его основе конкурентных стратегий

Тема 11. Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке

Соотношение стратегии и тактики в стратегическом управлении.

Организационные структуры стратегического управления: функциональная структура, региональная структура, децентрализованная структура, структура стратегических групп, матричная структура.

Стратегия «голубого океана» как альтернатива конкурентной борьбе.

Понятие и структура конкурентоспособных национальных кластеров.

Технология «кластерного управления». Основные принципы «кластерного управления»: культуры; структуры; технологии принятия решений; мотивации; отбора персонала менеджеров; проектирования системы «кластерного управления».

Тема 12. Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества.

Интеллектуальная собственность как новый продукт в мировой экономике.

Интеллектуальная собственность в глобальных цепочках добавленной стоимости.

Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества.

Создание и развитие торговой марки как средство формирования конкурентных преимуществ.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются: первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;

подготовка к семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

подготовка рефератов по отдельным темам дисциплины;

сбор и систематизация статистических и аналитических материалов по разделам учебной дисциплины;

анализ практически ситуаций и решение задач;

подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы и т.п.);

подготовка к экзамену.

Рекомендуемые методы обучения

Методология преподавания учебной дисциплины предполагает использование наглядных методов обучения (презентации, структурно-логические схемы), активных методов обучения, в частности, проведения деловых игр и круглых столов, групповых дискуссий и тренингов.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности педагогам рекомендуется использовать рейтинговые системы оценки учебной и исследовательской деятельности студентов.

Рекомендуемые средства диагностики компетенций

Перечень рекомендуемых средств диагностики результативности работы студентов: собеседования, доклады на семинарских занятиях, контрольные работы, тесты, рефераты, эссе.

Основная литература:

1. Лубчинская, И. П. Конкурентоспособность организации (предприятия). Качество как показатель конкурентоспособности организации. Анализ конкурентоспособности государства, региона, отрасли: пособие / И. П. Лубчинская ; М-во труда и социальной защиты Респ. Беларусь, ГУО "Респ. ин-т повыш. квалификации и переподготовки работников М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь". - Минск: Колорград, 2018. - 55 с. : ил.

2. Национальная экономика Беларуси: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / [В. Н. Шимов и др.]; под ред. В. Н. Шимова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Минск: БГЭУ, 2018. - 649, [1] с.: ил. - (Учебник БГЭУ).

3. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия: учебник для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Экономика и управление на предприятии", "Финансы и кредит", "Маркетинг", "Логистика" / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич; Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси Международный университет "МИТСО", Гомельский филиал. — 2-е изд., переработанное и дополненное. — Минск: Республиканский институт высшей школы, 2021. — 527 с.: ил., табл. (Фонд НББ)

4. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учебное пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по экономическим специальностям / [А. К. Александров и др.]; под общей редакцией В. М. Круглика. — Минск: Новое знание; Москва: Инфра-М, 2018. — 284 с.: ил., табл.; 22 см. — (Высшее образование — бакалавриат) (Бакалавриат). (Фонд НББ).

Дополнительная литература:

1. Бахмат, А. Б. Конкурентоспособность предприятия: курс лекций: для специальности: 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" : в 2 ч. / А. Б. Бахмат ; Частное учреждение образования "БИП — Институт правоведения". — Минск: БИП, 2019. — Ч. 1. — 2019. — 100 с. : табл. (Фонд НББ)

2. Бахмат, А. Б. Конкурентоспособность предприятия: курс лекций: для специальности: 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" : в 2 ч. / А. Б. Бахмат ; Частное учреждение образования "БИП — Институт правоведения". — Минск: БИП, 2019. — Ч. 2. — 92 с.: ил., табл. (Фонд БГЭУ, Фонд НББ)

3. Беляева, С. В. Разработка конкурентной стратегии предприятия: теория и практика / С. В. Беляева, Д. С. Шихалиева // Экономика XXI века: новые реалии и перспективы развития / Под редакцией Э.Ю. Черкесовой. — Ставрополь: Центр научного знания "Логос", 2016. — С. 48-75.

4. Дудко, Е.Н. Роль бренда в конкурентной стратегии компании / Е.Н. Дудко // *Економіка і організація управління*. — 2020. — № 1 (37). — С. 1 - 11.
5. Дудко, Е.Н. Конкурентные стратегии и факторы, обуславливающие их эффективность / Е.Н. Дудко // *Економічний вісник університету : зб. наук. пр. учених та аспірантів / Переяслав-Хмельницьк. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди ; ред. рада: Т.М. Боголиб (гол. ред.) [та ін.]*. — Переяслав-Хмельницький. — 2020. — С. 132 - 137.
6. Завгородний, А. Ф. Конкурентные преимущества как ведущая отличительная черта эффективного развития экономики страны в период глобализации / А. Ф. Завгородний, Н. А. Кудрова, Ю. В. Кузминых. — СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. — 182 с. — ISBN 978-5-7310-4967-2.
7. Комарова, И. П. Устойчивая конкурентоспособность компаний высокотехнологичных отраслей : монография / И. П. Комарова. — М. : Русайнс, 2020. — 117, [1] с. : табл., к., граф. (Фонд НББ)
8. Конкурентоспособность предприятий и формирование устойчивого развития национальной экономики / [А. А. Быков и др.] ; под общей редакцией А. А. Быкова и М. И. Ноздрина-Плотницкого. — Минск : Национальная библиотека Беларуси, 2014. — 127 с. : ил., табл. (Фонд НББ)
9. Портер, Майкл. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов : перевод с английского / Майкл Портер. — М.: Альпина Паблишер, 2020. — 606, [1] с. : ил., табл. — (Альпина. Бизнес) (Инновации и стартапы). (Фонд РНТБ)
10. Современные проблемы менеджмента, маркетинга и предпринимательства : монография / [Н. Ю. Кониная и др.] ; под общей редакцией и с предисловием Н. Ю. Кониной ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации", Кафедра менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности. — М.: МГИМО-Университет, 2018. — 626, [1] с. : ил., табл. (Фонд НББ, РНТБ)
11. Сури, Раджан. Время — деньги : конкурентное преимущество быстрореагирующего производства / Р. Сури ; [перевод с английского В. В. Дедюхина]. — М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. — 326 с. : ил. (Фонд НББ)
12. Тарануха, Ю. В. Конкурентные стратегии. Современные способы завоевания преимуществ : практическое пособие / Ю. В. Тарануха. — М.: Русайнс, 2017. — 356 с. : ил., табл. (Фонд РНТБ)
13. Performance management and competitive strategies of international companies / N. V. Burova, F. D'ascenzo, L. Cappelli [et al.]. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2015. — 129 p. — ISBN 978-5-7310-3429-6.