

Учреждение образования
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

А.В.Егоров

“19 ” 12 2024 г.
Регистрационный № УД 6482-24 уч.

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:
7-06- 0311-01 «Экономика»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования ОСВО 7-06-0311-01-2023 и учебных планов по специальности 7-06-0311-01 « Экономика».

СОСТАВИТЕЛЬ:

С.Ю.Кричевский, декан факультета Высшая школа управления и бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.А.Пархименко, заведующий кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент;

Г.В.Турбан, заведующий кафедрой международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 2 от 26.09.2024).

Методической комиссией по специальностям «Мировая экономика», «Бизнес администрирование» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 1 от 26.09.2024).

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 2 от 18.12.2024).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» разработана для обучающихся в магистратуре по специальности: 7-06-0311-01 «Экономика», в соответствии с образовательным стандартом этой специальности. Данная учебная дисциплина направлена на формирование системы знаний студентов о факторах определяющих конкурентную среду развития предпринимательского бизнеса на национальном, региональном и отраслевом уровнях, формах и методах конкурентного освоения рынков сбыта, моделей формирования конкурентных стратегий развития бизнеса. Учебная дисциплина «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» направлена на формирование основных компетенций в области теории и практики конкуренции и конкурентоспособности организаций, теоретических и практических знаний и умений в области анализа особенностей развития конкурентной борьбы на различных рынках товаров и услуг, владения приемами стратегического формирования и тактической реализации конкурентных преимуществ предпринимательского бизнеса.

Целью преподавания учебной дисциплины «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» является получение студентами необходимых знаний и навыков в области организации конкурентоспособного бизнеса; способствование формированию у студентов основных компетенций в области теории и практики конкуренции на отраслевом, региональном, национальном и международном рынках, приобретение теоретических и практических знаний и умений в области определения оптимальной модели развития бизнеса; освоение студентами применения стратегических и тактических инструментов формирования и реализации конкурентных стратегий развития предпринимательского бизнеса .

Подцели:

- формирование у студентов целостного представления о взаимосвязи факторов, определяющих особенности экономической конкуренции предпринимательского бизнеса на международном, национальном, отраслевом и региональном уровнях;
- формирование системы знаний и умений успешной организации функционирования бизнеса в современных условиях конкурентного развития рынков товаров и услуг.

В процессе изучения учебной дисциплины студенты знакомятся с определениями и основными терминами конкурентного бизнеса; получают представление о сущности и значении конкуренции на международном, национальном, региональном и отраслевом рынках, видах, формах и методах конкурентной борьбы ; знакомятся с основными методами и современными инструментами формирования конкурентоспособного бизнеса; приобретают практические навыки подготовки и принятия эффективных в процессе организации деятельности компании на различных рынках.

В процессе изучения учебной дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение студентами основных понятий и условий осуществления современного предпринимательского бизнеса;
- получение информации об интересном опыте в проведении деловых операций компаниями, которые базируются в развитых индустриальных странах, успешными предпринимателями из сопредельных государств, национальными лидерами предпринимательства;
- анализ внешней конкурентной среды компании и комплекса факторов, ее определяющих;
- знакомство с важнейшими точками соприкосновения государства и компаний, вступающих в среду предпринимательского бизнеса;
- изучение финансовых критериев и институтов, которые способствуют оценке и осуществлению торговых сделок;
- понимание функциональных проблем управления международной деятельностью компании;
- оценка стратегических возможностей деятельности предпринимательского бизнеса на мировом рынке;
- изучение научно-теоретических основ теории конкуренции, ее сущности и значения в бизнесе;
- изучение форм и методов конкурентной борьбы на различных рынках, основных типов конкурентных стратегий компаний в бизнес-среде;
- изучение современных методов и инструментов формирования конкурентоспособности бизнеса;
- приобретение практических навыков подготовки и принятия эффективных стратегических/тактических решений в процессе формирования стратегии деятельности компании на различных рынках товаров и услуг, успешного позиционирования и продвижения ее продукта в международной бизнес-сред.

В результате изучения учебной дисциплины «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» формируются следующие **специализированные компетенции:**

- Обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию, и разработке стратегических целей и задач.
- Применять методики анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, выявления их структуры и тенденций развития механизма конкуренции и регулирования.

В результате изучения учебной дисциплины «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» обучающийся должен

знать:

- сущность, виды и формы организации конкурентоспособного бизнеса;
- условия и способы успешного выхода на рынки товаров и услуг;

- основные показатели, характеризующие успешное развитие бизнеса на конкурентном рынке;
- особенности внешней и внутренней среды международного бизнеса;
- зависимость положительных и отрицательных сторон функционирования предприятия от существующей среды;
- факторы, влияющие на торговые и инвестиционные модели, стратегии конкурентного преимущества;

уметь:

анализировать факторные условия конкурентного развития бизнес среды и особенности работы на различных отраслевых рынках;
 выявлять тенденции изменения динамики конъюнктуры мирового рынка в целевом сегменте;
 обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по многопрофильной предпринимательской деятельности;
 находить пути решения функциональных проблем управления бизнесом по проблематике его конкурентных преимуществ;

владеть:

навыками анализа конкурентных рисков в бизнесе и определения путей их снижения;
 приемами оценки эффективности принятого управленческого решения;
 методами применения основного аналитического инструментария для характеристики развития бизнеса;
 способами оценки и выбора альтернативных вариантов конкурентных стратегий предпринимательского бизнеса;
 методами анализа конкурентных преимуществ, которые получают фирмы, участвующие в международном бизнесе.

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

В системе подготовки специалиста с углубленным высшим образованием данная учебная дисциплина относится к модулю «Экономика предпринимательства», компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» логически продолжает, развивает и дополняет содержание учебной дисциплины «Управленческая экономика».

Формы получения образования – дневная.

В соответствии с учебным планом БГЭУ на изучение данной учебной дисциплины отводится всего 108 часов, из них аудиторных занятий:
 по дневной форме обучения – 36 часов.

Распределение по видам занятий: лекций – 18 часов, семинарских – 18 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

1 курс, 2 семестр – лекции – 18 часов, семинарские занятия – 18 часов.

Самостоятельная работа студента – 72 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации- зачет.

Предзачетный контроль проводится в форме индивидуальной презентации аналитической работы, посвященной разработке конкурентных бизнес-стратегий белорусских компаний.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Организация предпринимательской деятельности в конкурентной бизнес – среде.

Тема 1.1. Предпринимательство в конкурентной бизнес - среде.

Природа и основные формы современного предпринимательства. Бизнес – среда: основные дефиниции, движущие силы и участники.

Особенности предпринимательства в малой, открытой, транзитивной экономике. Специфика развития бизнеса в Республике Беларусь. Влияние международной конкуренции на предпринимательство.

Тема 1.2. Конкуренция и конкурентоспособность в предпринимательском бизнесе: сущность и основные понятия.

Понятие конкуренции и конкурентоспособности в бизнесе.

Понятие конкурентного преимущества на рынках товаров и услуг.

Классические теории конкурентных преимуществ: абсолютные и сравнительные преимущества; теории факторов производства.

Особенности современного этапа развития экономической конкуренции в предпринимательской деятельности. Понятие глобализации конкурентной борьбы. Теория конкуренции М.Портера. Детерминанты конкурентного преимущества продукта, предприятия (бизнеса), отрасли, кластера, страны.

Тема 1.3. Стратегическое управление бизнесом в условиях глобальной конкуренции.

Понятие стратегического менеджмента в предпринимательском бизнесе в условиях конкурентной борьбы.. Основные функции стратегического в предпринимательстве. Место стратегического планирования в системе менеджмента. Отличие долгосрочного планирования от стратегического.

Основные этапы разработки конкурентной стратегии. Иерархия стратегий на различных уровнях управления. Формы и методы стратегического конкурентного планирования.

Раздел 2. Конкурентные стратегии развития предпринимательской деятельности.

Тема 2.1. Основные типы конкурентных стратегий.

Типы конкурентных стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности. Базовые стратегии конкуренции. Стратегия снижения издержек. Стратегии фокусирования. Стратегии дифференциации. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка. Стратегия внедрения новшеств. Стратегия развития рынка.

Степень доминирования предприятия на рынке. Зависимость выбора стратегии от степени доминирования. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям отраслевого товарного рынка.

Тема 2.2. Глобальные стратегии в предпринимательстве.

Содержание, цели, условия. Возможности и опасности стратегии минимизации издержек. Кривая опыта и эффект масштаба. Стратегия дифференциации продуктовой линии. Сопоставление эффектов специализации и дифференциации. Стратегия фокусирования (концентрации) на рыночном сегменте. «Нитевая стратегия», как особая форма международной специализации. Горизонтальная и вертикальная дифференциация. Комбинированные стратегии: инноваций и оперативного реагирования.

Тема 2.3. Корпоративные конкурентные стратегии.

Типы корпоративных конкурентных стратегий и их особенности для малого и среднего бизнеса (МСБ). Многофункциональная и глобальная стратегии, их сравнительный анализ и условия реализации. Стратегия международной диверсификации производства и сбыта. Связанная и несвязанная диверсификация. Централизованная диверсификация. Горизонтальная диверсификация. Конгломеративная диверсификация. Критерии эффективного выбора страны и отрасли для реализации стратегии диверсификации по М.Портеру. Сравнительная характеристика стратегии концентрированного роста и стратегии интегрированного роста. Понятие синергетического эффекта и стратегических соответствий сфер бизнеса. Вертикальная и горизонтальная интеграция. Интеграция «вверх» и «вниз». Стратегия реструктуризации и дезинтеграции. Причины и формы реализации. Цели и оценка результативности стратегий для крупных корпораций и МСБ.

Тема 2.4. Исследование конкурентной среды бизнеса.

Анализ конкурентной среды деятельности фирмы по методу PEST – анализа. Экономические условия: основные показатели оценки рыночной конъюнктуры. Особенности анализа социально – культурных факторов: вариативность потребительских предпочтений, национальные стили ведения переговоров, учет конфессиональных особенностей различных стран и регионов в стратегическом планировании. Анализ технологических факторов: преобладающие отрасли, организационные формы, система подготовки и переподготовки кадров. Состояние и формы организации НИОКР. Матричные методы анализа рынка конкурентной страны. Сравнительная характеристика сферы использования различных методов позиционирования бизнес-сфер. Количественные показатели оценки привлекательности рынка конкурентной позиции фирмы, динамика внешней среды. Жизненный цикл товара, фирмы, отрасли и его взаимосвязь с характером конкурентной позицией и стратегией крупной корпорации и МСБ

Тема 2.5. Оценка эффективности реализации конкурентной стратегии.

Понятие эффективности конкурентной стратегии на микро-и макроэкономическом уровнях. Основные методы оценки и показатели экономической эффективности экспортно-импортных операций и товарообменных сделок. Оценка эффективности инвестиционной стратегии. Методы финансовой оценки стратегических планов и инвестиционных проектов. Методы оценки и оптимизации прибыли при разработке и реализации ценовых стратегий. Применение функционально – стоимостного анализа для оценки эффективности стратегии. Методы комплексной оценки стратегии. Формы корректировки миссии, бизнес-идеи, целей, структур и организации стратегических планов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ»

Специальности: 7-06-0311-01 «Экономика».

ДНЕВНАЯ ФОРМА ПОЛУЧЕНИЯ УГЛУБЛЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек-ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	1 семестр								
	Раздел 1. Организация предпринимательской деятельности в конкурентной бизнес - среде.								
Тема 1.1.	Предпринимательство в конкурентной бизнес - среде Лекция: Природа и основные формы современного предпринимательства. Бизнес – среда: основные дефиниции, движущие силы и участники. Особенности предпринимательства в малой, открытой, транзитивной экономике. Специфика развития бизнеса в Республике Беларусь.	2						[1-5]	экспресс - опрос
Тема 1.2.	Конкуренция и конкурентоспособность в предпринимательском бизнесе: сущность и основные понятия								

	<u>Лекция:</u> Понятие конкуренции и конкурентоспособности в бизнесе. Понятие конкурентного преимущества на рынках товаров и услуг. Классические теории конкурентных преимуществ: абсолютные и сравнительные преимущества; теории факторов производства. Особенности современного этапа развития экономической конкуренции в предпринимательской деятельности. Понятие глобализации конкурентной борьбы. Теория конкуренции М.Портера. Детерминанты конкурентного преимущества продукта, предприятия (бизнеса), отрасли, кластера, страны	2						[1-5]	экспресс-опрос с анализ кейса
Тема 1.3.	Стратегическое управление бизнесом в условиях глобальной конкуренции.								
	<u>Лекция:</u> Понятие стратегического менеджмента в предпринимательском бизнесе в условиях конкурентной борьбы. Основные функции стратегического в предпринимательстве. Место стратегического планирования в системе менеджмента. Основные этапы разработки конкурентной стратегии. Формы и методы стратегического конкурентного планирования	2						[5-6]	экспресс-опрос с анализ кейса
	Раздел 2.Конкурентные стратегии развития предпринимательской деятельности.								
Тема 2.1.	Основные типы конкурентных стратегий <u>Лекция:</u> Типы конкурентных стратегий. Аспекты стратегического планирования, реализации стратегии и оценки ее эффективности. Базовые стратегии конкуренции. Стратегия снижения издержек. Стратегии фокусирования. Стратегии дифференциации. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка. Стратегия внедрения новшеств. Стратегия развития рынка. Степень доминирования предприятия на рынке. Зависимость выбора стратегии от степени доминирования. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям отраслевого товарного рынка.	2						[1-5]	дискуссия анализ кейса

Тема 2.2.	Глобальные стратегии в предпринимательстве								
	<u>Лекция:</u> Содержание, цели. Условия реализации глобальных подходов в крупном, среднем и малом бизнесе. Возможности и опасности стратегии минимизации издержек. Кривая опыта и эффект масштаба. <u>Практическое занятие:</u> Стратегия дифференциации продуктовой линии. Сопоставление эффектов специализации и дифференциации. Стратегия фокусирования (концентрации) на рыночном сегменте. «Нитевая стратегия», как особая форма международной специализации. Горизонтальная и вертикальная дифференциация. Комбинированные стратегии: инноваций и оперативного реагирования	2	4					[2]	дискуссия анализ кейса
Тема 2.3.	Корпоративные конкурентные стратегии.								
	<u>Лекция:</u> Типы корпоративных конкурентных стратегий и их особенности для малого и среднего бизнеса (МСБ). Многофункциональная и глобальная стратегии, их сравнительный анализ и условия реализации. Стратегия международной диверсификации производства и сбыта. Связанная и несвязанная диверсификация. Централизованная диверсификация. Горизонтальная диверсификация. Конгломератовая диверсификация. Критерии эффективного выбора страны и отрасли для реализации стратегии диверсификации по М.Портеру. <u>Практическое занятие:</u> Сравнительная характеристика стратегии концентрированного роста и стратегии интегрированного роста. Понятие синергетического эффекта и стратегических соответствий сфер бизнеса. Вертикальная и горизонтальная интеграция. Интеграция «вверх» и «вниз». Стратегия реструктуризации и дезинтеграции. Причины и формы реализации. Цели и оценка результативности стратегий для крупных корпораций и МСБ.	2	4					[1-5]	дискуссия анализ кейса

Тема 2.4.	Исследование конкурентной среды бизнеса.								
	<u>Лекция:</u> Анализ конкурентной среды деятельности фирмы по методу PEST – анализа. Экономические условия: основные показатели оценки рыночной конъюнктуры. Особенности анализа социально – культурных факторов: вариативность потребительских предпочтений, национальные стили ведения переговоров, учет конфессиональных особенностей различных стран и регионов в стратегическом планировании. Анализ технологических факторов: преобладающие отрасли, организационные формы, система подготовки и переподготовки кадров. Матричные методы анализа рынка конкурентной страны. Сравнительная характеристика сферы использования различных методов позиционирования бизнес-сфер. <u>Практическое занятие:</u> Количественные показатели оценки привлекательности рынка конкурентной позиции фирмы, динамика внешней среды. Жизненный цикл товара, фирмы, отрасли и его взаимосвязь с характером конкурентной позицией и стратегией крупной корпорации и МСБ.	4	6					[1-5]	презентация аналит работы
Тема 2.5.	Оценка эффективности реализации конкурентной стратегии.								
	<u>Лекция:</u> Понятие эффективности конкурентной стратегии на микро-и макроэкономическом уровнях. Основные методы оценки и показатели экономической эффективности экспортно-импортных операций и товарообменных сделок. Оценка эффективности инвестиционной стратегии. <u>Практическое занятие:</u> Методы финансовой оценки стратегических	2						[1-5]	дискуссия анализ кейса

	планов и инвестиционных проектов. Методы оценки и оптимизации прибыли при разработке и реализации ценовых стратегий. Применение функционально – стоимостного анализа для оценки эффективности стратегии. Методы комплексной оценки стратегии. Формы корректировки миссии, бизнес-идеи, целей, структур и организации стратегических планов. Итого 1 семестр Всего часов	18 18	4 18 18					Презентация аналит работы Зачет
--	---	------------------	------------------------	--	--	--	--	--

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

- 1 Грант, Р. Современный стратегический анализ / Роберт Грант. – 11-е изд. – СПб. [и др.] : Питер, 2024. – 719 с.
- 2 Белова, С. О. Конкурентоспособность организации: пособие для студентов учреждений высшего образования 1 и 2 ступени получения высшего образования / С. О. Белова, И. М. Микулич, И. А. Леднева ; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск: БГЭУ, 2022. – 284, [1] с.
- 3 Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент: учебник для студентов учреждений высшего образования по специальности магистратуры "Бизнес-администрирование" / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск: Вышэйшая школа, 2022. – 272 с.
- 4 Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ламбен Ж.-Ж., Р. Чумпитас, И. Шулинг ; [пер. с англ. И. И. Малкова]. – 2-е изд. – СПб. [и др.] : Питер, 2020. – 927 с.
- 5 Чаран, Р. Переосмысление конкурентного преимущества. Новые правила цифровой эпохи: [перевод с англ. И. Гродель] / Р. Чаран, Д. Уиллиган. – Минск: Попурри, 2022. – 236 с.

Дополнительная:

1. Стратегии: пер. англ. - 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 288 с.
2. Портер, М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: учебно-практическое пособие / М. Е. Портер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 453с
3. Чан, К. В. Переход к голубому океану. За пределами конкуренции / Ким В. Чан, Рене Моборн. – М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2018. – 336с.
4. Тарануха, Ю. В. Конкурентные стратегии: Современные способы завоевания преимуществ: практическое пособие / Ю. В. Тарануха. – М.: Русайнс, 2022. – 356 с. – ISBN 978-5-4365-8374-7. – URL: <https://book.ru/book/943979> (дата обращения: 23.09.2024). – Текст: электронный.
5. Кожевина, О. В. Инновационная стратегия и создание устойчивых конкурентных преимуществ компаний в условиях трансформации рынка электроники: монография / О. В. Кожевина, А. В. Лежнева. – М.: Русайнс,

2020. – 74 с. – ISBN 978-5-4365-1251-8. – URL: <https://book.ru/book/934758> (дата обращения: 23.09.2024). – Текст: электронный.

6. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Пермский гос. нац. исслед. ун-т. – 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2023. – 212 с.
7. Портных, В. В. Стратегия бизнеса / В. В. Портных. – 4-е изд. – М.: Дашков и К, 2021. – 273с.

Интернет-ресурсы:

- 1 Официальный сайт Министерства экономики республики Беларусь:
<https://economy.gov.by/ru/>
- 2 Официальный сайт Бизнес союза предпринимателей и нанимателей им. профессора М.С.Кунявского:
<https://bspn.by/>

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Понятие конкуренции и конкурентоспособности.
2. Особенности межстрановой конкуренции
3. Конкурентные преимущества субъектов хозяйствования.
4. Формы и методы конкурентной борьбы в предпринимательской деятельности.
5. Факторы, влияющие на конкурентоспособность бизнес - проекта.
6. Совершенная и монополистическая конкуренция.
7. Ценовая и неценовая конкуренция.
8. Концептуальные подходы к понятию конкуренция в предпринимательстве.
9. Теория конкурентных преимуществ М.Портера.
10. Цена и конкурентоспособность товара.
11. Качество и конкурентоспособность продукции.
12. Параметры, количественно определяющие конкурентоспособность товара.
13. Показатели конкурентоспособности компании.
14. Оценка конкурентоспособности региона.
15. Количественные параметры конкурентоспособности бизнес - проекта.
16. Понятие становой конкурентоспособности.
17. Конкурентоспособность региона.
18. Роль правительства в обеспечении конкурентоспособности национальных производителей на зарубежных рынках.
19. Глобализация и международная конкурентная борьба.
20. Понятие кластера.
21. Особенности конкурентной борьбы стран с переходной экономикой.
22. Характеристика базовых конкурентных стратегий на мировых рынках.
23. Понятие конкурентной стратегии и ее составляющие.
24. Особенности конкурентной политики малых и средних предприятий.
25. Динамика конкурентных преимуществ страны.
26. Конкурентоспособность товара и его жизненный цикл.

27. Международный жизненный цикл товара и его конкурентоспособность.
28. Приемы стратегического моделирования в конкурентной борьбе.
29. Международный маркетинг и конкурентоспособность компании.
30. Роль логистики в обеспечении конкурентоспособности компании.
31. Предварительная оценка конкурентоспособности экспортного товара.
32. Типичные проблемы в обеспечении высокой конкурентоспособности белорусских товаров.
33. Тарифные способы воздействия на конкурентоспособность товаров на мировых рынках.
34. Нетарифные способы воздействия на конкурентоспособность товаров.
35. Типичные приемы конкурентной борьбы, применяемые против белорусских товаров на зарубежных рынках.
36. Взаимосвязь конкурентоспособности товара на национальном и международном рынках.
37. Кластеры, как фактор роста конкурентоспособности белорусских товаров.
38. Особенности конкуренции белорусских товаров на Российских рынках.
39. Направления повышения конкурентоспособности экономики Беларуси.
40. Предприятия малого и среднего бизнеса, как фактор конкурентного развития экономики Беларуси.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу студентов заочной формы получения образования отводится 90 часов.'}

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используют следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории за время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка аналитических работ;
- проведение презентаций индивидуальных аналитических заданий;
- работа с учебной, справочной и научной литературой и профильными электронными базами и интернет - источниками;
- подготовка к сдаче зачета.

Примерная тематика аналитических работ и методические рекомендации по их написанию

Тематика работ:

1. Формы и методы конкурентной борьбы на национальном и международных рынках.
2. Факторы, определяющие конкурентную борьбу малого и среднего бизнеса.
3. Конкурентоспособность продукта (услуги) и факторы, ее определяющие.
4. Внешнеэкономическая деятельность предприятия.
5. Глобализация и экономическая политика региона (города).
6. Формирование кластеров и международная конкурентоспособность.
7. Особенности международной конкурентной политики страны с переходной экономикой.
8. Конкурентные преимущества региона.
9. Эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия.
- 10.Перспективы формирования кластеров в Беларуси.
- 11.Особенности конкуренции в международной электронной торговле.
- 12.Оценка эффективности конкурентной стратегии фирмы на зарубежных рынках.

- 13.Ценообразование в международном бизнесе.
- 14.Специфика ценовых и неценовых приемов конкурентной борьбы международных компаний.
- 15.Особенности конкуренции транснациональных компаний.
- 16.Аутсорсинг в международном бизнесе.
- 17.Роль логистики в организации международной торговли.
- 18.Международный финансовый бизнес.
- 19.Современные методы международной торговли услугами.

Содержание:

Основным средством диагностики результатов учебного процесса в межсессионный период является оценка подготовки и презентации студентом письменной аналитической работы. Данная работа предлагается на выбор студента, как дополнительная форма контроля знаний.

Она является самостоятельной работой по дисциплине «Конкурентные стратегии в предпринимательстве» и предполагает анализ материала по темам 2.1. -2.5. этой дисциплины.

Объектом изучения при этом выступает конкретные предприятие, организация, регион, по которым автору предлагается собрать, систематизировать и, на основе изученного, проанализировать первичный материал.

Примерная структура работы включает три раздела:

Первый раздел включает описание основных понятий и категорий, теоретических аспектов изучаемого вопроса. Он строится преимущественно на литературных источниках.

Второй раздел состоит из аналитического исследования избранного автором объекта изучения (предприятия, организации, учреждения, региона, продукта и т.п.) проводимого по важнейшим характеристикам и функциям внешнеэкономической деятельности и международного бизнеса этого объекта на основе первичных статистических и расчётно – аналитических материалов. При этом, в качестве прикладного аналитического инструментария,

рекомендуется использовать методики построения схемы бизнес – модели анализируемого предприятия, цепочки создаваемой им добавленной стоимости (по Портеру), ABC анализ, Матрицу БКГ, методику PEST анализа.

Третий раздел описывает проблемы и направления их решения, содержит предложения автора по дальнейшему совершенствованию конкурентных характеристик объекта исследования на международных рынках, формирует стратегию конкурентного развития исследуемого объекта на зарубежных рынках, с использованием методики SWOT- 8.

Ориентировочный общий объем работы - 30 печатных страниц.

Шрифт - 14 Times New Roman.

В ходе написания контрольной работы приобретаются способности четко и логично излагать свои мысли, использовать аргументированную критику и давать сравнительную характеристику взглядов по отдельным экономическим вопросам. Кроме того, студенты приобщаются к научному поиску, приобретают опыт подготовки докладов и публичных выступлений.

Подобные работы позволяют преподавателю судить о ходе самостоятельной работы студентов магистратуры в межсессионный период и о степени подготовки к зачету. Навыки, приобретенные при выполнении работы, студент использует при подготовке и защите магистерской диссертации.

Структура и организация презентации индивидуальных аналитических заданий.

Структура презентации

1. Краткое описание основных производственно - технологических, организационных и экономических характеристик объекта исследования: предприятия, организации, товара, услуги.
2. Анализ особенностей конкурентной борьбы на исследуемом международном/национальном рынках и положения на этом рынке объекта исследования.
3. Краткий анализ объекта исследования, с использованием аналитических инструментов: SWOT-8, PEST, BCG, 5 сил Портера, схемы Бизнес – модели и Цепочки добавленной стоимости и др.
4. Описание основных проблем в конкурентной борьбе на исследуемом национальном / международном рынках и изложение конкретных, обоснованных сравнительным анализом и расчетами, направлений их решения.

Временной формат презентации:

Общая продолжительность – 15 мин.

1-2 разделы – до 3 мин.

3-4- до 5 мин.

Визуальный формат презентации:

Power Point Presentation

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации

Мероприятия текущего контроля проводится в течение семестра и включает в себя следующие формы контроля:

- аналитическая работа;
- экспресс-опрос на аудиторных занятиях;
- презентация индивидуального аналитического задания.

Результаты текущего контроля за семестр оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводятся из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнение аналитической работы и презентация индивидуального аналитического задания) предусмотренной данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Управленческая экономика	Экономики и управления	Замечаний и предложений нет 	

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ»
на __20__ / __20__ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
	нет	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № от . . 20 г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
