

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

\_\_\_\_\_ А.В.Егоров

\_\_\_\_\_ 30.06. 2025

Регистрационный № УД 6593-25/уч.

**КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальностей  
6-05-0311-03 «Мировая экономика»  
6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование»  
6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение  
межкультурной коммуникации (с указанием языков)»

Учебная программа составлена на основе образовательных стандартов общего высшего образования ОСВО 6-05-0311-03-2023, ОСВО 6-05-0412-02-2023, ОСВО 6-05-0231-03-2023, учебных планов университета по специальностям 6-05-0311-03 «Мировая экономика», 6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование», 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)»

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

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

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

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

И.А. Шамардина, заведующий кафедрой маркетинга Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент.

С.В. Основин, доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат сельскохозяйственных наук, доцент.

### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 11 от 16.05.2025);

Методической комиссией по специальностям «Мировая Экономика», «Бизнес-администрирование» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 5 от 22.05.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 6 от 25.06.2025)

## Пояснительная записка

Учебная программа по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии» направлена на изучение тенденций развития международной экономики и трансформации практики использования конкурентных стратегий, а также систематизацию экономического инструментария оценки эффективности использования стратегий и тактик международным бизнесом.

Цель учебной дисциплины: формирование у студентов современного экономического мышления, обобщающего представление о формировании и развитии конкурентных стратегий на современном этапе, 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 изучения 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.

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;

**иметь навыки:**

выбора конкурентных стратегий международного бизнеса;  
определения наиболее целесообразных каналов и методов продвижения товаров и услуг;  
оценки уровня эффективности использования стратегий.

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.

**Место учебной дисциплины** в системе подготовки специалиста с высшим образованием: учебная дисциплина относится к модулю «Международная конкуренция и менеджмент» государственного компонента специальности «Мировая экономика», к модулю «Стратегический менеджмент» компонента учреждения образования специальности «Бизнес-администрирование», к модулю «Организация и управление внешнеэкономической деятельностью» специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)» компонента учреждения образования.

**Связи с другими учебными дисциплинами** – учебная дисциплина выступает логическим продолжением, развивает и дополняет содержание учебных дисциплин «Международные экономические отношения», «Мировая экономика».

В соответствии с учебным планом университета специальностей «Мировая экономика» и «Бизнес-администрирование» на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 68 часов, из них лекции – 34 часа, семинарские занятия – 34 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр: лекции – 34 часа, семинарские занятия – 34 часа.

Самостоятельная работа студента – 40 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Заочная форма:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 14 часов, из них лекции – 10 часов, семинарские занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

8 семестр - лекции – 2 часа,

9 семестр - лекции – 8 часов, семинарские занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента – 94 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Заочная форма (на базе ССО):

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 14 часов, из них лекции – 8 часов, семинарские занятия – 6 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

6 семестр - лекции – 4 часа,

7 семестр - лекции – 4 часа, семинарские занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 94 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации 7 семестр – экзамен.

В соответствии с учебным планом университета специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)»

на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 52 часа, из них лекции – 26 часов, семинарские занятия – 26 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр: лекции – 26 часов, семинарские занятия – 26 часов.

Самостоятельная работа студента – 56 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

## **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 стратегии 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.

Разработка стратегии интернет-маркетинга в современных условиях.

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.

Дневная форма получения высшего образования по специальности 6-05-0311-03 «Мировая экономика»  
(профилизация «Управление внешнеэкономической деятельностью»)

[illegible]

|                        |                                                                                                    |           |  |           |  |  |  |  |        |                |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|-----------|--|--|--|--|--------|----------------|
|                        | Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам                                              |           |  | 4         |  |  |  |  |        | дискуссия      |
| Тема 6                 | Корпоративные стратегии                                                                            | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Корпоративные стратегии                                                                            |           |  | 4         |  |  |  |  |        | реферат        |
| Тема 7                 | Международные конкурентные стратегии                                                               | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Международные конкурентные стратегии                                                               |           |  | 2         |  |  |  |  |        | тест           |
| Тема 8                 | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации                  | 4         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации                  |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия      |
| Тема 9                 | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                                         | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                                         |           |  | 2         |  |  |  |  |        | опрос          |
| Тема 10                | Методы анализа рынка                                                                               | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Методы анализа рынка                                                                               |           |  | 2         |  |  |  |  |        | тест           |
| Тема 11                | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 | 4         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 |           |  | 4         |  |  |  |  |        | опрос          |
| Тема 12                | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия      |
| <b>Итого 7 семестр</b> |                                                                                                    | <b>34</b> |  | <b>34</b> |  |  |  |  |        | <b>Экзамен</b> |
| <b>Всего часов</b>     |                                                                                                    | <b>34</b> |  | <b>34</b> |  |  |  |  |        |                |

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»

Дневная форма получения высшего образования по специальности 6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование»

| Номер<br>раздела,<br>темы | Название раздела, темы                                      | Количество аудиторных часов |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | Литература | Форма контроля<br>знаний |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|------------|--------------------------|
|                           |                                                             | лекции                      | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия | лабораторные<br>занятия | Количество часов<br>управляемой<br>самостоятельной<br>работы |                         |                        |            |                          |
|                           |                                                             |                             |                         |                        |                         | лекции                                                       | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия |            |                          |
| 1                         | 2                                                           | 3                           | 4                       | 5                      | 6                       | 7                                                            | 8                       | 9                      | 10         | 11                       |
|                           | 7 семестр                                                   |                             |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        |            |                          |
| Тема 1                    | Эволюция теории международной конкуренции                   | 6                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Эволюция теории международной конкуренции                   |                             |                         | 4                      |                         |                                                              |                         |                        |            | тест                     |
| Тема 2                    | Стратегической менеджмент в условиях глобальной конкуренции | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Стратегической менеджмент в условиях глобальной конкуренции |                             |                         | 2                      |                         |                                                              |                         |                        |            | тест                     |
| Тема 3                    | Методология и этапы стратегического управления              | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Методология и этапы стратегического управления              |                             |                         | 2                      |                         |                                                              |                         |                        |            | опрос                    |
| Тема 4                    | Базисные стратегии организации                              | 4                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Базисные стратегии организации                              |                             |                         | 4                      |                         |                                                              |                         |                        |            | решение кейсов           |
| Тема 5                    | Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам       | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Стратегии позиционирования по                               |                             |                         | 4                      |                         |                                                              |                         |                        |            | дискуссия                |

|                        |                                                                                                    |           |  |           |  |  |  |  |        |                |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|-----------|--|--|--|--|--------|----------------|
|                        | отношению к конкурентам                                                                            |           |  |           |  |  |  |  |        |                |
| Тема 6                 | Корпоративные стратегии                                                                            | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Корпоративные стратегии                                                                            |           |  | 4         |  |  |  |  |        | реферат        |
| Тема 7                 | Международные конкурентные стратегии                                                               | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Международные конкурентные стратегии                                                               |           |  | 2         |  |  |  |  |        | тест           |
| Тема 8                 | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации                  | 4         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации                  |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия      |
| Тема 9                 | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                                         | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                                         |           |  | 2         |  |  |  |  |        | опрос          |
| Тема 10                | Методы анализа рынка                                                                               | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Методы анализа рынка                                                                               |           |  | 2         |  |  |  |  |        | тест           |
| Тема 11                | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 | 4         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 |           |  | 4         |  |  |  |  |        | опрос          |
| Тема 12                | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |                |
|                        | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия      |
| <b>Итого 7 семестр</b> |                                                                                                    | <b>34</b> |  | <b>34</b> |  |  |  |  |        | <b>Экзамен</b> |
| <b>Всего часов</b>     |                                                                                                    | <b>34</b> |  | <b>34</b> |  |  |  |  |        |                |

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»

Заочная форма получения высшего образования по специальности 6-05-0311-03 «Мировая экономика»  
(профилизация «Управление внешнеэкономической деятельностью»)

Заочная форма получения высшего образования по специальности 6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование»

| Номер<br>раздела,<br>темы | Название раздела, темы                                                            | Количество аудиторных часов |                         |                        |                         | Литература | Форма контроля<br>знаний |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|------------|--------------------------|
|                           |                                                                                   | лекции                      | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия | лабораторные<br>занятия |            |                          |
| 1                         | 2                                                                                 | 3                           | 4                       | 5                      | 6                       | 10         | 11                       |
| Тема 2                    | Стратегической менеджмент в условиях глобальной конкуренции                       | 1                           |                         |                        |                         | [1-13]     |                          |
| Тема 3                    | Методология и этапы стратегического управления                                    | 1                           |                         |                        |                         | [1-13]     |                          |
| <b>Итого 8 семестр</b>    |                                                                                   | 2                           |                         |                        |                         |            |                          |
| Тема 4                    | Базисные стратегии организации                                                    | 1                           |                         |                        |                         | [1-13]     |                          |
|                           | Базисные стратегии организации                                                    |                             |                         | 1                      |                         |            | опрос                    |
| Тема 6                    | Корпоративные стратегии                                                           | 1                           |                         |                        |                         |            |                          |
| Тема 6                    | Корпоративные стратегии                                                           |                             |                         | 1                      |                         |            | реферат                  |
| Тема 8                    | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации | 1                           |                         |                        |                         | [1-13]     |                          |
|                           | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации |                             |                         | 1                      |                         |            | дискуссия                |
| Тема 9                    | Ценовые и неценовые конкурентные                                                  | 2                           |                         |                        |                         | [1-13]     |                          |

|                        |                                                                                                    |           |  |          |  |        |                |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|----------|--|--------|----------------|
|                        | стратегии                                                                                          |           |  |          |  |        |                |
| Тема 11                | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 |           |  | 1        |  |        | дискуссия      |
|                        | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 | 1         |  |          |  | [1-13] |                |
| Тема 12                | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. | 2         |  |          |  | [1-13] |                |
| <b>Итого 6 семестр</b> |                                                                                                    | <b>8</b>  |  | <b>4</b> |  |        | <b>Экзамен</b> |
| <b>Всего часов</b>     |                                                                                                    | <b>10</b> |  | <b>4</b> |  |        |                |

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО) по специальности 6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование»

| Номер раздела, темы    | Название раздела, темы                                                            | Количество аудиторных часов |                      |                     |                      | Литература | Форма контроля знаний |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|------------|-----------------------|
|                        |                                                                                   | лекции                      | практические занятия | семинарские занятия | лабораторные занятия |            |                       |
| 1                      | 2                                                                                 | 3                           | 4                    | 5                   | 6                    | 10         | 11                    |
| Тема 2                 | Стратегической менеджмент в условиях глобальной конкуренции                       | 2                           |                      |                     |                      | [1-13]     |                       |
| Тема 3                 | Методология и этапы стратегического управления                                    | 2                           |                      |                     |                      | [1-13]     |                       |
| <b>Итого 6 семестр</b> |                                                                                   | 4                           |                      |                     |                      |            |                       |
| Тема 4                 | Базисные стратегии организации                                                    | 1                           |                      |                     |                      | [1-13]     |                       |
|                        | Базисные стратегии организации                                                    |                             |                      | 1                   |                      |            | опрос                 |
| Тема 6                 | Корпоративные стратегии                                                           | 1                           |                      |                     |                      |            |                       |
| Тема 6                 | Корпоративные стратегии                                                           |                             |                      | 1                   |                      |            | реферат               |
| Тема 8                 | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации |                             |                      | 1                   |                      | [1-13]     |                       |
|                        | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации |                             |                      | 1                   |                      |            | дискуссия             |
| Тема 9                 | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                        | 1                           |                      |                     |                      | [1-13]     |                       |

|                        |                                                                                                    |          |  |          |  |        |                |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|----------|--|--------|----------------|
| Тема 11                | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 |          |  | 1        |  |        | дискуссия      |
|                        | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 |          |  | 1        |  | [1-13] |                |
| Тема 12                | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. | 1        |  |          |  | [1-13] |                |
| <b>Итого 7 семестр</b> |                                                                                                    | <b>4</b> |  | <b>6</b> |  |        | <b>Экзамен</b> |
| <b>Всего часов</b>     |                                                                                                    | <b>8</b> |  | <b>6</b> |  |        |                |

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»

Дневная форма получения высшего образования по специальности 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)»

| Номер<br>раздела,<br>темы | Название раздела, темы                                      | Количество аудиторных часов |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | Литература | Форма контроля<br>знаний |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|------------|--------------------------|
|                           |                                                             | лекции                      | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия | лабораторные<br>занятия | Количество часов<br>управляемой<br>самостоятельной<br>работы |                         |                        |            |                          |
|                           |                                                             |                             |                         |                        |                         | лекции                                                       | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия |            |                          |
| 1                         | 2                                                           | 3                           | 4                       | 5                      | 6                       | 7                                                            | 8                       | 9                      | 10         | 11                       |
|                           | 7 семестр                                                   |                             |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        |            |                          |
| Тема 1                    | Эволюция теории международной конкуренции                   | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Эволюция теории международной конкуренции                   |                             |                         | 2                      |                         |                                                              |                         |                        |            | тест                     |
| Тема 2                    | Стратегической менеджмент в условиях глобальной конкуренции | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Стратегической менеджмент в условиях глобальной конкуренции |                             |                         | 2                      |                         |                                                              |                         |                        |            | тест                     |
| Тема 3                    | Методология и этапы стратегического управления              | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Методология и этапы стратегического управления              |                             |                         | 2                      |                         |                                                              |                         |                        |            | опрос                    |
| Тема 4                    | Базисные стратегии организации                              | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1-13]     |                          |
|                           | Базисные стратегии организации                              |                             |                         | 4                      |                         |                                                              |                         |                        |            | решение кейсов           |

|                        |                                                                                                    |           |  |           |  |  |  |  |        |              |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|-----------|--|--|--|--|--------|--------------|
| Тема 5                 | Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам                                              | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам                                              |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия    |
| Тема 6                 | Корпоративные стратегии                                                                            | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Корпоративные стратегии                                                                            |           |  | 2         |  |  |  |  |        | реферат      |
| Тема 7                 | Международные конкурентные стратегии                                                               | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Международные конкурентные стратегии                                                               |           |  | 2         |  |  |  |  |        | тест         |
| Тема 8                 | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации                  | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации                  |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия    |
| Тема 9                 | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                                         | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Ценовые и неценовые конкурентные стратегии                                                         |           |  | 2         |  |  |  |  |        | опрос        |
| Тема 10                | Методы анализа рынка                                                                               | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Методы анализа рынка                                                                               |           |  | 2         |  |  |  |  |        | тест         |
| Тема 11                | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 | 2         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке                                                 |           |  | 2         |  |  |  |  |        | опрос        |
| Тема 12                | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. | 4         |  |           |  |  |  |  | [1-13] |              |
|                        | Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества. |           |  | 2         |  |  |  |  |        | дискуссия    |
| <b>Итого 7 семестр</b> |                                                                                                    | <b>26</b> |  | <b>26</b> |  |  |  |  |        | <b>Зачет</b> |
| <b>Всего часов</b>     |                                                                                                    | <b>26</b> |  | <b>26</b> |  |  |  |  |        |              |

# ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## Литература

### Основная:

1. 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.

2. Головачев, А. С. Экономика организации (предприятия) : практикум : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Экономика и управление на предприятии", "Менеджмент", "Маркетинг", "Финансы и кредит", "Логистика" / А. С. Головачев, Л. А. Лобан. – Минск : РИВШ, 2023. – 443 с.

3. Конкурентоспособность организаций и территорий : учебник / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин, П. А. Костромин. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 375 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/1852439. - ISBN 978-5-16-017416-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1939033> (дата обращения: 05.06.2025). – Режим доступа: по подписке.

4. 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.

5. Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов : учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 267 с. - ISBN 978-5-16-010215-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2107290> (дата обращения: 05.06.2025). – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная:

6. 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)

7. 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)

8. 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.

9. Бесхмельнов, М. И. Применение алгоритмов машинного обучения для исследования конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики : монография / Бесхмельнов Максим Игоревич. — Москва : Солон-Пресс, 2023. — 103 с.

10. Дудко, Е. Н. Международная торговля объектами интеллектуальной собственности : учебно-методическое пособие / Е. Н. Дудко, Г. В. Турбан, П. А. Замбрижская. — Минск : РИВШ, 2020. — 90 с.

11. Дудко, Е. Н. Роль бренда в конкурентной стратегии компании / Е. Н. Дудко // Економіка і організація управління. — 2020. — № 1(37). — С. 60-68.

12. Дудко, Е. Н. Конкурентные стратегии и факторы, обуславливающие их эффективность / Е. Н. Дудко // Экономический вестник университета. — 2020. — № 44-2. — С. 132-137.

13. Dudko, K. SMEs related internationalization challenges & opportunities / K. Dudko, T. Kuprevich // Новая экономика. — 2022. — No. 2(80). — P. 124-128.

14. Дудко, Е. Н. Становление и развитие венчурного финансирования в Республике Беларусь / Е. Н. Дудко // Экономическая наука сегодня. — 2023. — № 17. — С. 82-87. — DOI 10.21122/2309-6667-2023-17-82-87.

15. 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.

16. Комарова, И. П. Устойчивая конкурентоспособность компаний высокотехнологичных отраслей : монография / И. П. Комарова. — М. : Русайнс, 2020. — 117, [1] с. : табл., к., граф.

17. 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.

18. Левин, Ю. А. Стратегическое планирование развития территорий особых экономических режимов и регионов : учебное пособие / Ю. А. Левин. — Москва : КноРус, 2023. — 147 с. — ISBN 978-5-406-09920-9. — URL: <https://book.ru/book/946779> (дата обращения: 05.06.2025). — Текст : электронный.

19. 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.

20. Портер, М. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов : перевод с английского / Майкл Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 606, [1] с. : ил., табл.

21. 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.

22. Тарануха, Ю. В. Конкурентные стратегии: Современные способы завоевания преимуществ : практическое пособие / Ю. В. Тарануха. – Москва : Русайнс, 2022. – 356 с. – ISBN 978-5-4365-8374-7. – URL: <https://book.ru/book/943979> (дата обращения: 04.06.2025). – Текст : электронный.

23. 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 р.

### **Электронные ресурсы:**

Дудко, Е. Н. Конкурентные стратегии : электронный учебно-методический комплекс для студентов специальностей 1-25 01 03 «Мировая экономика», 6-05-0311-03 «Мировая экономика», 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование», 6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование», 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций», 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» / Е. Н. Дудко, С. В. Савенко // Электронная библиотека БГЭУ. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/19045> (дата обращения: 04.06.2025).

### **Интернет-источники:**

Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) UNCTAD / United Nations Conference on Trade and Development : [сайт]. – URL: <http://www.unctad.org> (дата обращения: 01.06.2025).

Всемирный банк : [сайт]. – URL: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) (дата обращения: 05.06.2025).

Организация экономического сотрудничества и развития - ОЭСР (the Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) : [сайт]. – URL: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) (дата обращения: 01.06.2025).

Исследовательская и консалтинговая компания Gartner : [сайт]. – URL: <https://www.gartner.com/> (дата обращения: 01.06.2025).

Международная консалтинговая компания Boston Consulting Group : [сайт]. – URL: <https://www.bcg.com/> (дата обращения: 01.06.2025).

Международная консалтинговая компания McKinsey & Company : [сайт]. – URL: <https://www.mckinsey.com/> (дата обращения: 01.06.2025).

## **Перечень вопросов для проведения зачета**

1. Основные закономерности развития мировой экономики. Влияние процессов глобализации мировой экономики на формы и методы международной конкуренции.
2. Регионализация мировой экономики: формы и методы международной конкуренции.
3. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ национальной фирмы.
4. Понятие конкуренции, конкурентоспособности, конкурентного преимущества и рынка: их взаимосвязь и взаимообусловленность.
5. Мультинациональная и глобальная конкуренции. Методы конкуренции
6. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
7. Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет абсолютных преимуществ.
8. Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет сравнительных преимуществ.
9. Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет факторов производства.
10. «Парадокс» Леонтьева и его роль в развитии международной конкуренции.
11. Теория жизненного цикла товара Р. Вернона.
12. Теория международной конкуренции М. Портера.
13. Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»).
14. Соотношение концепций и методов долгосрочного планирования, стратегического маркетинга и стратегического менеджмента.
15. Формирование стратегического видения фирмы (составляющие миссии и бизнес-идеи организации).
16. Факторы, влияющие на конкурентное преимущество и конкурентную способность компании. Разработка стратегии компании.
17. Понятие «ценовая конкуренция». Цена продажи и цена потребления.
18. Понятие «неценовой конкуренции и ее формы».
19. Качество товаров и услуг как основная форма неценовой конкуренции.
20. Дизайн как форма неценовой конкуренции.
21. Сервис как форма неценовой конкуренции.
22. Сущность и классификация базисных стратегий по М. Портеру.
23. Стратегия минимизации издержек: ее содержание, условия осуществления, источники достижения конкурентных преимуществ.

24. Сущность стратегии дифференциации, ее разновидности, преимущества и недостатки.

25. Источники достижения конкурентных преимуществ при реализации стратегии дифференциации, сопоставление эффектов специализации и дифференциации.

26. Стратегия фокусирования (концентрации) на рыночном сегменте.

27. Фокусирование по издержкам: сущность, цели, условия реализации, источники конкурентных преимуществ и риски осуществления данной стратегии.

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

29. Влияние текущей конкурентной позиции на выбор стратегических действий по отношению к конкурентам.

30. Ассортиментная стратегия товаропроизводителя.

31. Товародвижение и сбыт.

32. Каналы товародвижения, их виды и роль в продвижении товара

33. Стратегия предотвращения банкротства: банкротство фирмы, признаки и факторы.

34. Корпоративные стратегии в конкуренции: понятие и типы.

35. Стратегия диверсификации: сущность, источники конкурентных преимуществ, условия формирования и риски реализации данной стратегии.

36. Сущность синергетического эффекта и его роль в эффективном осуществлении стратегии диверсификации.

37. Формы диверсификации: связанная и несвязанная; вертикальная и горизонтальная, централизованная и конгломеративная диверсификация.

38. Стратегия интеграции, сущность и условия эффективной реализации.

39. Вертикальная и горизонтальная интеграция. Интеграция «вперед» и «назад» по технологической цепочке.

40. Корпоративные тактики в конкуренции.

## **Перечень вопросов для проведения экзамена**

1. Основные закономерности развития мировой экономики. Влияние процессов глобализации мировой экономики на формы и методы международной конкуренции.
2. Регионализация мировой экономики: формы и методы международной конкуренции.
3. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ национальной фирмы.
4. Понятие конкуренции, конкурентоспособности, конкурентного преимущества и рынка: их взаимосвязь и взаимообусловленность.
5. Мультинациональная и глобальная конкуренции. Методы конкуренции
6. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
7. Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет абсолютных преимуществ.
8. Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет сравнительных преимуществ.
9. Классические теории международной торговли и достижения конкурентных преимуществ за счет факторов производства.
10. «Парадокс» Леонтьева и его роль в развитии международной конкуренции.
11. Теория жизненного цикла товара Р. Вернона.
12. Теория международной конкуренции М. Портера.
13. Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»).
14. Соотношение концепций и методов долгосрочного планирования, стратегического маркетинга и стратегического менеджмента.
15. Формирование стратегического видения фирмы (составляющие миссии и бизнес-идеи организации).
16. Факторы, влияющие на конкурентное преимущество и конкурентную способность компании. Разработка стратегии компании.
17. Понятие «ценовая конкуренция». Цена продажи и цена потребления.
18. Понятие «неценовой конкуренции и ее формы».
19. Качество товаров и услуг как основная форма неценовой конкуренции.
20. Дизайн как форма неценовой конкуренции.
21. Сервис как форма неценовой конкуренции.
22. Сущность и классификация базисных стратегий по М. Портеру.
23. Стратегия минимизации издержек: ее содержание, условия осуществления, источники достижения конкурентных преимуществ.

24. Сущность стратегии дифференциации, ее разновидности, преимущества и недостатки.
25. Источники достижения конкурентных преимуществ при реализации стратегии дифференциации, сопоставление эффектов специализации и дифференциации.
26. Стратегия фокусирования (концентрации) на рыночном сегменте.
27. Фокусирование по издержкам: сущность, цели, условия реализации, источники конкурентных преимуществ и риски осуществления данной стратегии.
28. Коммутантная, эксплерентная, пациентная и виолентная стратегии: их основное содержание и условия эффективной реализации.
29. Влияние текущей конкурентной позиции на выбор стратегических действий по отношению к конкурентам.
30. Ассортиментная стратегия товаропроизводителя.
31. Товародвижение и сбыт.
32. Каналы товародвижения, их виды и роль в продвижении товара
33. Стратегия предотвращения банкротства: банкротство фирмы, признаки и факторы.
34. Корпоративные стратегии в конкуренции: понятие и типы.
35. Стратегия диверсификации: сущность, источники конкурентных преимуществ, условия формирования и риски реализации данной стратегии.
36. Сущность синергетического эффекта и его роль в эффективном осуществлении стратегии диверсификации.
37. Формы диверсификации: связанная и несвязанная; вертикальная и горизонтальная, централизованная и конгломеративная диверсификация.
38. Стратегия интеграции, сущность и условия эффективной реализации.
39. Вертикальная и горизонтальная интеграция. Интеграция «вперед» и «назад» по технологической цепочке.
40. Корпоративные тактики в конкуренции.
41. Международные стратегические альянсы: цели создания, сущность, формы и условия эффективного функционирования.
42. Закономерное формирование конкурентных преимуществ стран в международной конкуренции.
43. Многонациональная и глобальная стратегии конкуренции: критерии выбора и условиях эффективной реализации.
44. Глобальная стратегия дифференциации производства и сбыта: сущность, критерии выбора страны и отрасли для ее реализации.
45. Источники конкурентных преимуществ и риски реализации глобальной стратегии дифференциации.
46. Стратегия транснациональной диверсификации.
47. Стратегия глобального лидерства по издержкам: сущность, формы и условия эффективной реализации.

48. Глобальная стратегия сфокусированного дифференцирования: сущность и формы реализации.

49. Глобальная стратегия сфокусированного лидерства по издержкам: сущность и формы реализации.

50. Многонациональная стратегия международной конкуренции: критерии выбора, условия эффективной реализации.

51. Понятие и структура конкурентоспособных национальных кластеров.

## Перечень тем рефератов

1. Основные этапы стратегического управления.
2. Понятие и факторы привлекательности отрасли.
3. Методы анализа динамики отраслевой конкуренции.
4. Методы оценки привлекательности рынка
5. Оценка рынка по модели Shell / DPM
6. Анализ эволюции рынка по модели Hofer / Schendel
7. Анализ жизненного цикла отрасли: модель ADL/LC
8. SWOT-анализ: оценка внутренней среды организации.
9. Конкурентные стратегии: наступательная стратегия.
10. Конкурентные стратегии: оборонительная стратегия.
11. Конкурентные стратегии: фланговая атака
12. Конкурентные стратегии: партизанская стратегия
13. Общие стратегии конкуренции.
14. Стратегия минимизации издержек.
15. Стратегия дифференциации.
16. Стратегия оптимальных издержек и стратегии фокусирования.
17. Стратегии диверсификации.
18. Выбор корпоративной (портфельной) стратегии
19. Международные стратегические альянсы
20. Международные стратегии
21. Стратегии на различных стадиях жизненного цикла отрасли
22. Стратегии для фирм, занимающих различные отраслевые позиции.
23. Роль кластеров в повышении конкурентоспособности экономики
24. Стратегия «Голубых океанов» как современное направление в развитии бизнес-процессов
25. Интернет-стратегии в продвижении товаров на зарубежные рынки.
26. Разработка и продвижение брендов белорусскими компаниями.
27. Брендинг-стратегии при продвижении товара на зарубежные рынки

## **Организация самостоятельной работы студентов**

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

На самостоятельную работу обучающегося по специальностям 6-05-0311-03 «Мировая экономика» и 6-05-0412-02 «Бизнес-администрирование» дневной формы получения образования отводится 40 часов, заочной формы/ заочной формы (на базе ССО) - 94 часа.

На самостоятельную работу обучающегося по специальности 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)» дневной формы получения образования отводится 56 часов.

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

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;

- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;

- выполнение типовых расчетов, расчетных работ, индивидуальных практических работ, расчетно-графических работ;

- подготовка к выполнению контрольных работ;

- подготовка к семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, рефератов, презентаций, эссе и т.д.;

- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;

- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;

- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;

- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

## **Контроль качества усвоения знаний**

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

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- экспресс-опрос на аудиторных занятиях;
- эссе;
- опрос;
- реферат;
- презентация;
- тематический доклад.

По учебной дисциплине проводится три мероприятия текущего контроля (контрольная работа, реферат, тематический доклад).

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя 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 (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре 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, изучение с 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) <sup>1</sup> |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                      | 2                 | 3                                                                                                                                                                          | 4                                                                                                              |
| Международный менеджмент                                               | Мировой экономики | Замечаний и предложений нет<br><br> Е.Н. Литрушевич<br>зав. кафедрой<br>мировой экономики | Кафедра международного бизнеса,<br>Протокол № 11 от<br>16.05.2025                                              |

<sup>1</sup> При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»,  
(Регистрационный № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_)  
на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

| №<br>п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
|          |                        |           |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
международного бизнеса  
(протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой,  
ученая степень, ученое звание \_\_\_\_\_ И.О.Фамилия

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
ученая степень, ученое звание \_\_\_\_\_ И.О.Фамилия

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

| Название учебной дисциплины, с 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) |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Международный менеджмент                                      | Кафедра мировой экономики |                                                                                                               |                                                                                                   |
|                                                               |                           |                                                                                                               |                                                                                                   |

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО  
на \_\_\_\_/\_\_\_\_ учебный год

| №<br>п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
|          |                        |           |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_ г.)  
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)      \_\_\_\_\_ (подпись)      (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)      \_\_\_\_\_ (подпись)      (И.О.Фамилия)