

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»


Е.Ф.Киреева

27.06

2022

Регистрационный № УД 5189-22/уч.

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 03 «Мировая экономика»

Учебная программа составлена на основе типового учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика» рег.№ Е 25-1-003/пр-тип., 19.05.2021

СОСТАВИТЕЛИ:

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

Лисица Е.С., доцент кафедры экономики и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент⁴

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Павловская С.В., доцент кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Бертош Е.В., заведующий кафедрой бизнес-администрирования Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 10 от 21.04.2022)

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

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии» разработана в соответствии с образовательными стандартами высшего образования по специальности 1–25 01 03 «Мировая экономика».

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

Задачи изучения дисциплины включают: 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 товаропроизводителя в условиях современной международной экономике.

Меж предметные связи: учебная дисциплина «Конкурентные стратегии» выступает логическим продолжением и развивает и дополняет содержание учебных дисциплин «Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью», «Международные экономические отношения», «Международный бизнес».

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

* УК–5. Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности.

* БПК–13. 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 «конкуренция», «рынок», «конкурентная стратегия», «конкурентоспособность», «товарная стратегия»;

– основные принципы и подходы стратегического управления;

– основные стратегии фирмы, критерии выбора базовых стратегий;

Уметь:

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

Владеть:

– базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;

– методами оценки конкурентоспособности;

– междисциплинарным подходом для решения экономических задач.

В соответствии с учебным планом по специальности 1–25 01 03 «Мировая экономика» учебная программа рассчитана на 108 часов, аудиторных часов – 68, из них 34 лекционных и 34 семинарских часа.

Форма текущего контроля экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Эволюция теорий международной конкуренции

Понятие и этимология терминов «конкуренция», «конкурентные преимущества» и «конкурентоспособность». Конкурентоспособность на различных уровнях: микро–, мезо–, макро. Современное соотношение конкуренции на различных рынках.

Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции.

Классические теории международной торговли для обеспечения достижения конкурентных преимуществ за счет абсолютных преимуществ, сравнительных преимуществ, за счет факторов производства.

Теория международной конкуренции М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества страны. Трансформация конкурентных преимуществ. Глобальные цепочки добавленной стоимости как основа формирования конкурентного преимущества.

Тема 2. Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции

Влияние процессов глобализации и регионализации мировой экономики на формы и методы международной конкуренции. Формы интернационализации производства. Сущность и специфические черты глобальной конкуренции.

Понятие стратегических проблем фирмы (организации). Отличия стратегических проблем фирмы (организации) от оперативных проблем.

Понятие стратегического менеджмента, его развитие, соотнесение понятий стратегического планирования и менеджмента.

Тема 3. Методология и этапы стратегического менеджмента

Основные принципы и методологические подходы стратегического управления. Основные концепции конкурентной борьбы.

Стратегия фирмы (организации), элементы ее составляющие. Конкурентные стратегии: сущность, классификация и подходы к обоснованию.

Стадии разработки конкурентной стратегии фирмы (организации). Трансформация форм и методов международной конкуренции под влиянием процессов глобализации и регионализации мировой экономики и процессов цифровизации.

Тема 4. Базовые стратегии фирмы (организации)

Классификация типовых стратегий по М. Портеру.

Стратегия минимизации издержек: сущность, условия, возможности и риски реализации; источники достижения конкурентных преимуществ.

Стратегия дифференциации: виды дифференциации, источники достижения конкурентных преимуществ, соотнесение процессов специализации и дифференциации.

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

Критерии выбора конкретных типовых стратегий на мировом рынке и примеры их реализации.

Тема 5. Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам

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

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

Наступательные стратегии: принципы формирования и условия реализации. Основные формы наступательных стратегий: атака на сильные и слабые стороны конкурента, атака по широкому фронту, фланговая атака, атака на отдельные позиции конкурента и др. Стратегия «партизанской атаки».

Критерии выбора стратегий конкурентного позиционирования на мировом рынке и примеры их реализации.

Тема 6. Корпоративные стратегии

Сущность и типы корпоративных стратегий.

Стратегия дифференциации: сущность, источники конкурентных преимуществ, принципы формирования и риски реализации, влияние синергетического эффекта. Формы диверсификации (связанная и несвязанная, вертикальная и горизонтальная, централизованная и конгломеративная).

Стратегия интеграции: сущность, принципы формирования и риски реализации, виды (вертикальная и горизонтальная, интеграция «вперед» и «назад» по технологической цепочке). Стратегии концентрированного роста и интегрированного роста. Слияния и поглощения: сущность, условия эффективности и риски. Цели создания, формы и условия эффективного функционирования международных стратегических альянсов.

Стратегии реструктуризации и дезинтеграции: условия и формы реализации.

Критерии выбора стратегий конкурентного позиционирования на мировом рынке и примеры их реализации.

Тема 7. Международные конкурентные стратегии

Соотношение понятий многонациональная и глобальная конкуренция, многонациональная и глобальная стратегии конкуренции.

Глобальная стратегия дифференциации производства и сбыта: сущность, критерии выбора страны и отрасли для реализации.

Стратегии транснациональной диверсификации: роль международных диверсифицированных ТНК в международной конкуренции, сильные и слабые

стороны, возможные формы сотрудничества и стратегии конкуренции с ТНК на национальном рынке.

Стратегия глобального лидерства по издержкам и глобальная стратегия сфокусированного дифференцирования: сущность, формы и условия реализации, примеры реализации.

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 (рынка): специфические источники финансирования, методы формирования конкурентных преимуществ и продвижения продукции. Примеры реализации фирмами (организациями).

Стратегия конкуренции в отраслях, находящихся на стадии зрелости: критерии идентификации данной стадии и стратегии применяемые. Примеры реализации фирмами (организациями).

Коммутантная, эксплерентная, пациентная и виолентная стратегии: сущность и условия реализации.

Тема 9. Ценовые и неценовые конкурентные стратегии

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

Основные типы ценовых стратегий: «снятие сливок», проникновение на рынок, престижные цены, следования за лидером и др. Источники конкурентных преимуществ и условия их эффективной реализации, риски при планировании и осуществлении. Основные факторы, определяющие выбор ценовой стратегии.

Расчет эффективности стратегии по критериям увеличения прибыли (стратегия «снятия сливок», роста доли рынка) и расчет эффективности инвестиций при стратегии создания рынка по критерию срока окупаемости.

Тема 10. Методы анализа рынка

Сущность основных подходов 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 (организации)».

Основные компоненты SWOT и PEST анализа, методика их проведения и формирования на их основе конкурентных стратегий.

Тема 11. Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке в условиях цифровой трансформации бизнеса

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

Интегрированные структуры международного бизнеса: МНК, концерны, конгломераты, пулы, тресты и др. Сетевые формы организации бизнеса: стабильные и динамические сети.

Цифровая трансформация и цифровая стратегия. Цифровые проекты и цифровые платформы. Конкурентные преимущества в цифровой экономике. Изменение поведения фирм (организаций) в цифровой экономике. Адаптация конкурентных стратегий ТНК в рамках цифровой трансформации бизнеса.

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

Интеллектуальная собственность как новый продукт в мировой экономике.

Создание и развитие бренда как средство формирования конкурентных преимуществ.

Интеллектуальная собственность в глобальных цепочках создания добавленной стоимости.

УЧЕБНО–МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»
 по специальности 1–25 01 03 «Мировая экономика» (на английском языке)
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля Знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Эволюция теорий международной конкуренции	6		4		[6-8,19,20, 21, 22]		Тест
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции	2		2		[3,4,9,13,14]		Тест
3	Методология и этапы стратегического менеджмента	2		2		[3,4,9,13,14]		Опрос, тест
4	Базовые стратегии фирмы (организации)	4		4		[1,2,6-8,10, 19,20-23]		Опрос, тест
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам	2		4		[1,2,10-18, 20-23]		Опрос, тест
6	Корпоративные стратегии	2		4		[3,5,9,10, 15-17]		Тест
7	Международные конкурентные стратегии	2		2		[1,3-5,10, 12,15-17, 20-23]		Опрос, тест
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	4		2		[1,2,3,5, 10-18, 20-23]		Опрос
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии	2		2		[4,5,10-16]		Опрос, тест
10	Методы анализа рынка	2		2		[1,2,12-15,17, 18, 21-23]		Тест
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке в условиях цифровой трансформации бизнеса	4		4		[3-5, 10,12,15-17, 20-23]		Опрос
12	Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества	2		2		[1,2,12-15,17, 18]		Опрос
	Всего часов	34		34				Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»

по специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика»

ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Эволюция теории международной конкуренции	6		4		[1 - 13]		Тест
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции	2		2		[1 - 13]		Тест
3	Методология и этапы стратегического управления	2		2		[1 - 13]		Реферат
4	Базисные стратегии фирмы (организации)	4		4		[1 - 13]		Реферат, Тест
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам	2		4		[1 - 13]		Реферат
6	Корпоративные стратегии	2		4		[1 - 13]		Опрос
7	Международные конкурентные стратегии	2		2		[1 - 13]		Реферат
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	4		2		[1 - 13]		Реферат
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии	2		2		[1 - 13]		
10	Методы анализа рынка	2		2		[1 - 13]		
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке	4		4		[1 - 13]		
12	Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества	2		2		[1 - 13]		
	Всего часов	34		34				Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Конкурентные стратегии»

по специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика»

специализация 1-25 01 03 01 «Управление внешнеэкономической деятельностью»

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7		9
1	Эволюция теории международной конкуренции					[1 - 13]		
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции					[1 - 13]		
3	Методология и этапы стратегического управления	2				[1 - 13]		
4	Базисные стратегии фирмы (организации)	2				[1 - 13]		
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам					[1 - 13]		
6	Корпоративные стратегии	2				[1 - 13]		
7	Международные конкурентные стратегии			2		[1 - 13]		Опрос
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	2				[1 - 13]		
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии			2		[1 - 13]		Реферат,
10	Методы анализа рынка			2		[1 - 13]		Опрос
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке			2		[1 - 13]		Тест
12	«Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества»	2				[1 - 13]		
	Всего часов	10		8				

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Конкурентные стратегии»

по специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика»

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7		9
1	Эволюция теории международной конкуренции					[1 - 13]		
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции					[1 - 13]		
3	Методология и этапы стратегического управления					[1 - 13]		
4	Базисные стратегии фирмы (организации)	2				[1 - 13]		
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам					[1 - 13]		
6	Корпоративные стратегии	2				[1 - 13]		
7	Международные конкурентные стратегии					[1 - 13]		
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	2				[1 - 13]		
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии			2		[1 - 13]		Опрос
10	Методы анализа рынка			2		[1 - 13]		Реферат
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке			2		[1 - 13]		Тест
12	Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества	2				[1 - 13]		
	Всего часов	8		6				

ИНФОРМАЦИОННО–МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

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

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

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

- подготовка рефератов и индивидуальных проектов по отдельным темам дисциплины;

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

- анализ практических ситуаций и решение задач;

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

- подготовка к экзамену.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

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

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

3. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия : учебник для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Экономика и управление на предприятии", "Финансы и кредит", "Маркетинг", "Логистика" / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич ; УО Федерации профсоюзов Беларуси Международ. унт "МИТСО", Гомельский фил. - Минск : РИВШ, 2019. - 522 с. : ил.

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. : ил., табл. (Фонд НББ)

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

Дополнительная литература:

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

2. Бахмат, А. Б. Конкурентоспособность предприятия : курс лекций : для специальности: 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" : в 2 ч. / А. Б. Бахмат ; Частное учреждение образования "БИП — Институт

правоведения". — Минск : БИП, 2019. — Ч. 2. — 92 с. : ил., табл. (Фонд БГЭУ, Фонд НББ)

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

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

5. Дудко, Е.Н. Конкурентные стратегии и факторы, обуславливающие их эффективность / Е.Н. Дудко // Економічний вісник університету : зб. наук. пр. учених та аспірантів / Переяслав-Хмельницьк. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди ; ред. рада: Т.М. Боголиб (гол. ред.) [та ін.]. — Переяслав-Хмельницький. — 2020. — С. 132 - 137.

6. Завгородний, А. Ф. Конкурентные преимущества как ведущая отличительная черта эффективного развития экономики страны в период глобализации / А. Ф. Завгородний, Н. А. Кудрова, Ю. В. Кузминых. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. — 182 с. — ISBN 978-5-7310-4967-2.

7. Комарова, И. П. Устойчивая конкурентоспособность компаний высокотехнологичных отраслей : монография / И. П. Комарова. — Москва : Русайнс, 2020. — 117, [1] с. : табл., к., граф. (Фонд НББ)

8. Конкурентоспособность предприятий и формирование устойчивого развития национальной экономики / [А. А. Быков и др.] ; под общей редакцией А. А. Быкова и М. И. Ноздрина-Плотницкого. — Минск : Национальная библиотека Беларуси, 2014. — 127 с. : ил., табл. (Фонд НББ)

9. Портер, Майкл. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов : перевод с английского / Майкл Портер. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 606, [1] с. : ил., табл. — (Альпина. Бизнес) (Инновации и стартапы). (Фонд РНТБ)

10. Современные проблемы менеджмента, маркетинга и предпринимательства : монография / [Н. Ю. Кониная и др.] ; под общей редакцией и с предисловием Н. Ю. Кониной ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации", Кафедра менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности. — Москва : МГИМО-Университет, 2018. — 626, [1] с. : ил., табл. (Фонд НББ, РНТБ)

11. Сури, Раджан. Время — деньги : конкурентное преимущество быстрореагирующего производства / Р. Сури ; [перевод с английского В. В. Дедюхина]. — Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. — 326 с. : ил. (Фонд НББ)

12. Тарануха, Ю. В. Конкурентные стратегии. Современные способы завоевания преимуществ : практическое пособие / Ю. В. Тарануха. — Москва : Русайнс, 2017. — 356 с. : ил., табл. (Фонд РНТБ)

13. Performance management and competitive strategies of international companies / N. V. Burova, F. D'ascenzo, L. Cappelli [et al.]. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2015. – 129 p. – ISBN 978-5-7310-3429-6.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

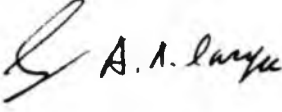
1. Hutt, M.D. Business marketing management : A strategic view of industrial and organizational markets / M.D. Hutt, Speh Th. W. – 4th ed. – Philadelphia : The Driden Press, 1992. – 455 p.
2. Business marketing / A.C. Gross, P.M. Meredith, I.D. Ford. – Boston : Houghton Mifflin Company, 1993. – 763 p.
3. Bateman, T.S. Management: Building competitive advantage / T.S. Bateman, S.A. Snell. – 3rd ed. – Chicago : IRWIN, 1996. – XXII, 642 p.
4. Walker, Orville C. Marketing strategy: planning and implementation / Walker Orville C., H.W. Boyd, Larreche J.-C. – 2nd ed. – Boston: Irwin/McGraw-Hill, 1996. – 392 p.
5. Porter, M. Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otraslej i konkurentov: perevod s anglijskogo /M. Porter. - M.: Al'pina Biznes Buks, 2005. – 453 s. (in Russian)
6. Prokofieva, N. L. Economic strategy of the organization : a course of lectures for students of specialty 1-25 01 10 "Commercial activity" of the correspondence shortened form of education / N. L. Prokofieva ; M-in education Rep. Belarus, UO "Vitebsk State Technol. un-t". - Vitebsk : Vitebsk State Technological University, 2018. - 92 p. : ill. – (in Russian).
7. Competitiveness of an enterprise (firm) : a textbook for students of higher education institutions studying in economic specialties / [A.K. Alexandrov et al.] ; under the general editorship of V.M. Kruglik. - 2nd ed. - Minsk : Novoe znanie ; Moscow : INFRA-M, 2015. - 284 p. : ill. - (in Russian).
8. Murgunov, V. I. International marketing: a textbook for students experiencing special events that occur according to the instructions of the trainings "Economy", "Management", "Trade business" (qualification (degree) "bachelor") / V. I. Murgunov, S. V. Morgunov. - 4th ed., erased. - Moscow: Dashkov and K, 2020. - 180 P. : ill. - (in Russian).

Дополнительная литература:

9. Assael, H. Marketing : Principles and strategy / H. Assael. – Chicago : Dryden Press, 1990. – 739 p.
10. Boone, L.E. Management / L.E. Boone, D.L. Kurtz. – 4th ed. – New York : McGraw-Hill, 1992. – 605 p.
11. Bovee, C.I. Marketing / C.I. Bovee, J.V. Thill. – New York : McGraw-Hill, 1992. – 847 p.
12. Boyd, H.W. Marketing. Management : A strategic approach with a global orientation / H. W. Boyd, O.C. Walker, J.C. Larreche. – 2nd ed. – Chicago: IRWIN, 1995. – 555 p.
13. Colander, D.C. Microeconomics / D.C. Colander. – 2nd ed. – Chicago: IRWIN, 1995. – 530 p.

14. Cravens D.W. Marketing management / D.W. Cravens, G.E. Hills, R.B. Woodruff. – Homewood : IRWIN, 1987. – 714 p.
15. Davis, K.R. Marketing management / K.R. Davis. – 5th ed. – New York : J. Wiley & Sons, 1985. – 841 p.
16. Dickson, P.R. Marketing management / P.R. Dickson. – [USA]: the Dryden Press: Harcourt Brace College Publishers, 1994. – 642 p.
17. Gultinan, J.P. Marketing management: strategies and programs / J.P. Gultinan, G.W. Paul. – 5th ed. – New York: McGraw-Hill, 1994. – 480 p.
18. Management. Quality and Competitiveness / J.M. Ivancevich, a. o. – Burr Ridge : IRWIN, 1994. – 660 p.
19. Marketing: Concepts and strategies / S. Dobb. – Boston: Houghton Mifflin Co., 1991. – 739 p.
20. Porter, M. Konkurenciya: uchebnoe posobie: perevod s anglijskogo /M. Porter. - M.: Vil'yams, 2000. – 495 s. (in Russian)
21. Porter, M. Mezhdunarodnaya konkurenciya. Konkurentnye preimushchestva stran: perevod s anglijskogo /M. Porter; pod redakciej V.D.SHCHetinina. - M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1993. – 896 s. (in Russian)
22. Slavin, S.L. Microeconomics / S.L. Slavin. – 4th ed. – Boston : Irwin/McGraw-Hill, 1996. – 494 p.
23. Stern, Louis W. Marketing channels / Stern Louis W., El-Ansary Adel I. – New Jersey : Prentice-Hall Inc. : Englewood Cliffs, 1977. – 590 p.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

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)
Мировая экономика	Мировая экономика	Содержание учебной программы согласованно. Предложений об изменениях и дополнениях нет. 	протокол № 10 от 21.04.2022

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (протокол № ____ от _____ 202_ г.)
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

канд. экон. наук,
доцент

/Г.В.Турбан

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд. экон. наук,
доцент

/О.Н.Шкутько
