

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

В.Н. Шимов

2012г.

Регистрационный № УД 951-12/баз



Конкурентные стратегии

Учебная программа для специальности 1-26 02 01 «Бизнес –
администрирование»

Составитель: Олехнович Г.И., профессор кафедры международного бизнеса Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

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

Нечай А.А. – доцент кафедры международных экономических отношений Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент.

Рекомендована к утверждению:

Кафедрой международного бизнеса Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 21.03.2012г.);

Научно-методическим отделом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 12.04.2012).

Ответственный за редакцию: Олехнович Г.И.

Ответственный за выпуск: Олехнович Г.И.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цель дисциплины

Изучение эволюции теории и практики конкуренции. Виды и формы конкуренции. Анализ конкурентной среды и факторы формирования конкурентного преимущества на национальном и мировом уровне.

Международная конкуренция. Её отличия. Виды и формы стратегического управления в условиях международной конкуренции.

Международные корпорации в системе конкурентных отношений.

1.2. Задачи изучения дисциплины

В соответствии с требованиями квалификационной характеристики практико-ориентированные магистры в результате изучения данной дисциплины должны:

Знать:

- Закономерности и факторы формирования конкурентных преимуществ стран на мировом рынке
- Стратегии конкурентной борьбы
- Методы принятия решений в стратегическом менеджменте
- Процессы стратегического управления на предприятии
- Место и роль бизнес-планов в разработке конкурентных стратегий
- Виды и формы корпоративных стратегий и тактик в конкуренции

Уметь:

- Определять конкурентные преимущества страны, региона, корпорации, предприятия, фирмы;
- Оценивать стратегические альтернативы и делать обоснованный выбор соответствующей стратегии;
- Определять степень привлекательности рынка и делать обоснованный выбор соответствующих стратегий
- Формировать общую постановку задачи конкурентной стратегии на внешних рынках
- Использовать различные стратегии конкурентной борьбы
- Проводить SWOT-анализ и другие методы при выработке конкурентных стратегий
- Уметь применять программно-компьютерные средства при разработке корпоративных стратегий

1.3. Перечень дисциплин, изучение которых необходимо для изучения данной дисциплины

1. Макроэкономика
2. Микроэкономика

3. Международный Менеджмент
4. Международный Маркетинг
5. Международные экономические отношения
6. Организации и управления ВЭТ
7. Мировая экономика

Всего часов по дисциплине 164, из них всего часов аудиторных 68, в том числе 34 часа – лекции, 34 часа – семинарских занятий.

Рекомендуемые формы контроля – экзамен, курсовая работа.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование тем	Количество аудиторных часов	
		Лекции	Семинарские занятия
1	Рынок как модель экономической системы. Конкуренция и рынок.	4	4
2	Эволюция теорий конкуренции.	4	4
3	Методы конкуренции.	4	4
4	Конкурентные значения фирмы.	4	4
5	Базисные стратегии.	2	2
6	Стратегии управления.	2	2
7	Реализация конкурентных стратегий.	4	4
8	Корпоративные тактики, их виды и методы реализации.	2	2
9	Концепция национального ромба и её роль в конкуренции.	4	4
10	Закономерности развития в международной конкуренции.	4	4
	Всего:	34	34

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Рынок как модель экономической системы. Конкуренция и рынок.

Сущность и содержания понятия рынок. Объекты рынка. Сегментация рынка, её роль, значения и принципы формирования. Конкуренция и рынок. Сущность понятий «конкуренция» и «соперничество». Формы и функции конкуренции.

Тема 2. Эволюция теорий конкуренции.

Научный подход классической школы к понятию конкуренция Адам Смит и его учения о конкуренции. Теория Д.Рикардо об относительном преимуществе конкуренции на внешних рынках. Вклад Э.Хекшера и Б.Олина в разработку теории конкурентных преимуществ. Школа М.Портера и её роль в разработке теории конкуренции.

Тема 3. Методы конкуренции.

Метод в конкуренции, его определение, роль и значение. Ценовая конкуренция. Цена по продаже и цена потребления.

Неценовая конкуренция и её формы: качество, сервис, дизайн, реклама, пред – и после продажное обслуживание, фирменное обслуживание.

Тема 4. Конкурентные значения фирмы.

Сущность понятия «конкурентные стратегии». Пять сил конкуренции в отрасли по М.Портеру. Практическое значение рекомендаций Портера и его школы. Мотивы выхода товара производителей на внешние рынки.

Тема 5. Базисные стратегии.

Общая характеристика базисных стратегий, содержание, цели, условия, возможности, отличительные черты. Стратегии минимизации издержек. Стратегия дифференциации продуктовой линии.

Конкурентные стратегии типа «виолент» (силовая), её отличительные черты, преимущества и недостатки. Конкурентные стратегии типа «пациент» (нишевая), её преимущества и недостатки. Конкурентные стратегии типа «коммутант»(соединительная), её преимущества и недостатки. Конкурентные стратегии типа «эксплерент» (пионерская), её преимущества и недостатки. Специализация и дифференциация. Стратегия фокусирования на рыночном сегменте. «Нитевая стратегия», как особая форма международной конкуренции. Горизонтальная и вертикальная дифференциация.

Тема 6. Стратегии управления.

Стратегическое управление в корпорации и его роль в конкуренции. Международная кооперация, её виды, роль и значения, в системе корпоративных отношениях. Стратегии межфирменной интеграции. Технологические стратегии и их классические формы. Стратегия привлечения специалистов. Стратегия аутсайдера. Имитационная стратегия

Тема 7. Реализация конкурентных стратегий.

Соотношение стратегии и тактики в стратегическом управлении. Основные этапы реализации стратегии: установление приоритетности, установления системы стимулирования, разработка системы управления текущими изменениями. Основные принципы кластерного управления на этапе реализации конкурентных стратегий.

Тема 8. Корпоративные тактики, их виды и методы реализации.

Понятие «корпоративной тактика»: сущность, цели в конкуренции. Корпоративные тактики наступательного характера. Корпоративные тактики оборонительного характера. Маркетинговые программы исследования рынка как основа разработки корпоративных тактик поведения на рынках

Тема 9 Концепция национального ромба и её роль в конкуренции.

Сущность понятия национальный ромб. Параметры факторов и их роль в создании национального ромба. Параметры спроса и их роль в создании национального ромба. «Кластер» и его роль в формировании национального ромба. Структура и управления национальных фирм производителей как параметр национального ромба.

Тема 10. Закономерности развития стран в международной конкуренции.

Проблема эффективного использования ресурсов и их роль международной конкуренции. Учения портера о стадиях развития конкурентных преимуществ страны в международной конкуренции. Стадии факторов и её роль в международной конкуренции. Стадия инвестиций и её роль в международной конкуренции. Стадия инноваций и её роль в международной конкуренции. Стадия богатства и её роль в международной конкуренции.

Протокол согласования учебной программы по изучаемой учебной дисциплине с другими дисциплинами специальности

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1	2	3	4
Мировая экономика	Мировая экономика	-	Протокол №__ от _____

Зав.кафедрой мировой экономики

проф. Г.Г. Санько

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Ансов, И. Стратегическое управление Пер.с англ./ и.Ансов.- М. 1989
2. Ансов, И. Новая корпоративная стратеги Пер.с англ./И.Ансов.- СПб.1999
3. Воробьева, Л.В. Теория конкуренции и современные факторы конкурентоспособности/Л.В. Воробьева.- Минск 2002
4. Велесько, Е.И., Стратегический менеджмент/Е.И. Велесько, А.А. Неправский.- Минск 2009
5. Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство/ И. Кирцнер.- М.2006
6. Лившиц, И.М. Формирование оценки конкурентоспособности товаров и услуг/И.М. Лившиц.- М.2004
7. Маркова, В.Д., Стратегический менеджмент/ В.Д. Маркова, С.А. М.2009
8. Минько, Э.В., Качество и конкурентоспособность/Э.В. Минько, М.Л. Кричевский.- СПб 2004
9. Олехнович, Г.И. Конкурентные стратегии/Г.И. Олехнович.- Минск 2010
10. Портер, М. Международная конкуренция/М.Портер.- М.2004
11. Рубин, Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции/ Ю.Б. Рубин.- М.2004

Дополнительная

1. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность/М.Г. Миронов.- М.2004
2. Олехнович, Г.И. Мировая экономика/Г.И. Олехнович.- Минск 2008
3. Пилипенко, И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве : теория, опыт малых стран западной и северной Европы/ И.В. Пилипенко.- Смоленск 2005
4. Фатхутдинов, Р.А., Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент/Р.А. Фатхутдинов.- М.2009
5. Философова, Т.Г. Конкуренция и Конкурентоспособность/Т.Г. Философова, В.А. Быков.- М.2007
6. Юданов, Ю.А. Конкуренция: теория и практика/Ю.А. Юданов.- М.2004

**Периодические издания, рекомендуемые для регулярного
использования**

1. Белорусский экономический журнал
2. Бюллетень иностранной коммерческой информации
3. Вопросы экономики
4. Дело
5. Маркетинг
6. Маркетинговые исследования
7. Менеджмент
8. Мировая экономика и международные отношения
9. Проблемы управления
10. Экономика Белоруссии

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by>