

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

В.Н. Шимов

2012г.

Регистрационный № УД 850/12/баз



Международная конкуренция

Учебная программа для магистрантов по специальности 1-25 81 03
«Мировая экономика»

2012

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

Рецензенты: Ачаповская М.З. – доцент кафедры экономической теории Академии Управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент.

Кричевский С.Ю. – декан факультета «Высшая школа управления и бизнеса» Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», 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 преподавания дисциплины

Изучение эволюции теории и практики конкуренции. Анализ понятийного аппарата теории конкурентных преимуществ, изучение особенностей конкурентной среды на национальном и международном уровне.

Изучение форм и методов стратегического конкурентного планирования, как основы формирования конкурентных позиций разных стран на мировых рынках.

Анализ направлений регулирований конкурентных отношений и особенностей становления национальной конкурентной стратегии в условиях глобальной конкуренции.

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
- Основные формы и методы разработки конкурентной стратегии региона, страны и её реализации в условиях глобальной конкуренции;

Уметь:

- Определять конкурентные преимущества страны, региона, корпорации, предприятия, фирмы;
- Оценивать стратегические альтернативы и делать обоснованный выбор соответствующей стратегии;
- Оценивать эффективность реализации стратегии конкурентного развития

Иметь навыки:

- Разработка бизнес и маркетинговых стратегий конкурентного развития страны, региона, фирмы.

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

1. Макроэкономика
2. Микроэкономика
3. Менеджмент
4. Маркетинг
5. Международные экономические отношения
6. Организации и управления ВЭТ
7. Мировая экономика

Всего часов по дисциплине – 70, из них всего часов аудиторных – 36, в том числе 32 часа – лекции, 4 часа – семинарские занятия.

Рекомендуемая форма контроля – зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование тем	Количество аудиторных часов	
		Лекции	Семинарские занятия
1	Международная конкуренция. Конкуренция, конкурентные преимущества, конкурентоспособность: сущность, содержания, формы, виды, функции.	4	-
2	Стратегическое управление в условиях глобальной конкуренции.	6	-
3	Базовые стратегии в международной конкуренции, их роль и значение.	4	-
4	Глобальные международные стратегии.	6	-
5	Корпоративные стратегии в условиях международной конкуренции.	4	2
6	Диагностика конкурентной среды и рыночной конъюнктуры в условия глобализации.	4	2
7	Оценка эффективности реализации стратегий международной конкуренции.	4	-
	Всего:	32	4

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Международная конкуренция. Конкуренция, конкурентные преимущества, конкурентоспособность: сущность, содержания, формы, виды, функции.

Понятие международной конкуренции, конкурентных преимуществ, конкурентоспособности. Классические теории конкурентных преимуществ: абсолютные и сравнительные преимущества; теории факторов производства и др. Особенности современного этапа развития международной конкуренции. Понятия глобализации конкурентной борьбы. Теория международной конкуренции М.Портера. Детерминанты конкурентных преимуществ фирмы, отрасли, кластера, страны.

Тема 2. Стратегическое управление в условиях глобальной конкуренции.

Понятия «международная конкуренция», «мультиконкуренция», «глобальная конкуренция». Основные этапы разработки конкурентных стратегий отличие долгосрочного планирования от стратегического. Формы и методы стратегического конкурентного планирования в условиях глобальной конкуренции.

Тема 3. Базовые стратегии в международной конкуренции, их роль и значение.

Основные факторы, определяющие выбор целевой стратегии. Алгоритм формирования деловой стратегии. Стратегии типа «виолент», «патиент», «камутант», «эксплерент».

Основные формы наступательных и оборонительных стратегий на мировых рынках. Основные формы стратегического отступления.

Тема 4. Глобальные международные стратегии.

Содержание, цели, условия. Возможности и опасности стратегии минимизации издержек. Кривая опыта и эффект масштаба. Стратегия дифференциации продуктовой линии. Специализация и дифференциация. Стратегия фокусирования на рыночном сегменте. «Нитевая стратегия», как особая форма международной конкуренции. Горизонтальная и вертикальная дифференциация.

Тема 5. Корпоративные стратегии в условиях международной конкуренции.

Типы корпоративных стратегий. Многофункциональная и глобальная стратегия, их сравнительный анализ и условия реализации. Стратегия международной диверсификации. Связанная и не связанная диверсификация. Профильная и непрофильная диверсификация.

Централизованная диверсификация. Горизонтальная диверсификация. Конгломеративная диверсификация.

Критерии эффективного выбора страны и отрасли для реализации корпоративных стратегий по М.Портеру. Понятие синергетического эффекта. Вертикальная, горизонтальная, экономическая интеграция. Стратегия реструктуризации и дезинтеграции. Цели и оценка результативности международных стратегий.

Тема 6. Диагностика конкурентной среды и рыночной конъюнктуры в условия глобализации.

Анализ конкурентной среды и его методы. Экономические условия и основные показатели оценки рыночной конъюнктуры.

Особенности анализа социально культурных факторов (вариативность потребительских предпочтений, национальные стили ведения переговоров и др.)

Матричные методы анализа мировых рынков. Сравнительная характеристика сферы использования различных методов позиционирования бизнес – сфер.

Количественные и качественные показатели оценки привлекательности рыночных сегментов, конкурентной позиции стран, динамика внешней среды.

Жизненный цикл товара, фирмы, отрасли и его связь с характером и методами международной конкуренции.

Тема 7. Оценка эффективности реализации стратегий международной конкуренции.

Понятие «эффективность стратегий международной конкуренции». Основные методы оценки и показатели экономической эффективности экспортно импортной операции и товарообменных сделок.

Методы оценки и оптимизации прибыли при разработке и реализации ценовых стратегий. Применение функционально стоимостного анализа для оценки эффективности стратегии. Методы комплексной оценки стратегий.

**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
Экономическая политика	Экономическая политика	-	Протокол №__ от _____

Зав.кафедрой экономической политики

проф. А.В. Бондарь

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. Воробьёва, 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. Пилипенко, И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве : теория, опыт малых стран западной и северной Европы/ И.В. Пилипенко.- Смоленск 2005
3. Фатхутдинов, Р.А., Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент/Р.А. Фатхутдинов.- М.2009
4. Философова, Т.Г. Конкуренция и Конкурентоспособность/Т.Г. Философова, В.А. Быков.- М.2007
5. 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>