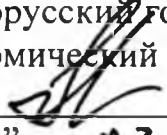


УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”


В.Ю.Шутилин
“ 3 ” 03 20 20г.

Регистрационный № УД 4464-20/уч.

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

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

СОСТАВИТЕЛИ:

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

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бертош Е.В. кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой бизнес-администрирование учреждения образования «Белорусский национальный технический университет».

Устинович И.В. кандидат экономических наук, доцент учреждения образования «Белорусский национальный технический университет».

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 6 от 16.10.2020 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 4 от 26.02.2020).

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 учебной дисциплины «Конкурентные стратегии» является 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 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.

Требования к профессиональным компетенциям студента.

Студент должен:

*АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

* АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

* АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

* АК-4. Уметь самостоятельно работать.

* АК-5. Быть способным порождать новые идеи, обладать креативностью.

* СЛК -1. Обладать качествами гражданственности.

* СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

* СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

* СЛК-6. Уметь работать в команде.

* ПК-1. Использовать основные экономические теории в профессиональной деятельности.

* ПК-3. Использовать основные методы, способы и средства получения и хранения, переработки экономической информации.

* ПК-5. Самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения.

* ПК-6. Работать с экономической и юридической литературой, законодательством.

* ПК-10. Исследовать зарубежный рынок и принимать решения о стратегии работы на нем.

* ПК-14. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

*ПК-28. Вести общение профессионального и социокультурного характера на иностранном языке.

* ПК-29. использовать литературу на иностранном языке по специальности.

Проводить комплексный экономический анализ всех видов деятельности организации и разрабатывать меры по эффективному использованию ресурсов, производственных мощностей с целью повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

Межпредметные 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 соответствии с учебным планом по специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика» учебная программа рассчитана на 108 часов, аудиторных часов - 72, из них 36 лекционных и 36 семинарских часов.

Форма текущего контроля зачет.

В результате изучения учебной дисциплины 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. условия создания и функционирования малых предприятий;
- экономические основы деятельности малых предприятий;
- международный опыт деятельности малых предприятий и государственной поддержки.

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.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Эволюция теории международной конкуренции

Понятия конкуренции, конкурентоспособности, конкурентного преимущества. Конкурентоспособность товара (услуги), фирмы (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 процессов глобализации и регионализации мировой экономики 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 фирмы (организации). Понятие, роль и основные составляющие миссии и бизнес-идеи организации. Понятие стратегии фирмы (организации).

Тема 4. Базисные стратегии фирмы (организации)

Сущность и классификация базисных стратегий по М.Портеру.

Стратегия минимизации издержек: содержание; условия, возможности и опасности 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 и примеры их реализации белорусскими экспортерами.

Тема 5. Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам

Понятие 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 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 на мировом рынке и примеры их реализации 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.

Критерии выбора корпоративных стратегий на мировом рынке и примеры их реализации крупными белорусскими предприятиями.

Тема 7. Международные конкурентные стратегии

Многонациональная и глобальная конкуренция: сущность и сравнительная характеристика. Многонациональная и глобальная стратегии 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 ТНК в международной конкуренции, источники их конкурентных преимуществ, сильные и слабые стороны; возможные формы сотрудничества и стратегии конкуренции с ТНК на национальном рынке.

Стратегия глобального лидерства по издержкам: сущность, формы и условия эффективной реализации. Примеры реализации стратегии глобального лидерства по издержкам белорусскими экспортерами.

Глобальная стратегия сфокусированного дифференцирования: сущность и формы реализации. Примеры глобальной стратегии сфокусированного дифференцирования, реализуемой белорусскими предприятиями на мировом рынке.

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. Примеры стратегий белорусских экспортеров, работающих на стабильных рынках.

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.

Характеристика ценовых стратегий белорусских экспортеров на мировом рынке.

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 фирмы; 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 менеджменте.

Организационные структуры стратегического функциональная структура, региональная структура, децентрализованная структура, структура стратегических групп, матричная структура. Интегрированные структуры международного бизнеса: МНК, концерны, конгломераты, пулы, тресты, стратегические альянсы. Сетевые формы организации бизнеса: стабильные и динамические сети.

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.

Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества.

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»

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	8		6		[1 - 12]		Тест
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции	2		2		[1 - 12]		Тесты
3	Методология и этапы стратегического управления	2		2		[1 - 12]		Реферат
4	Базисные стратегии фирмы (организации)	4		4		[1 - 12]		Реферат, Тесты
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам	2		4		[1 - 12]		Реферат
6	Корпоративные стратегии	2		4		[1 - 12]		Опрос
7	Международные конкурентные стратегии	2		2		[1 - 12]		Реферат
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	4		2		[1 - 12]		Реферат
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии	2		2		[1 - 12]		
10	Методы анализа рынка	2		2		[1 - 12]		
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке	4		4		[1 - 12]		
12	Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества	2		2		[1 - 12]		
	Всего часов	36		36				Зачет

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Конкурентные стратегии»

по специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика»

специализация 1-25 01 03 05 «Международные инвестиции»

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 - 12]		
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции					[1 - 12]		
3	Методология и этапы стратегического управления					[1 - 12]		
4	Базисные стратегии фирмы (организации)	2				[1 - 12]		Реферат, Тесты
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам					[1 - 12]		
6	Корпоративные стратегии	2				[1 - 12]		Опрос
7	Международные конкурентные стратегии			2		[1 - 12]		
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	2				[1 - 12]		
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии			2		[1 - 12]		
10	Методы анализа рынка			2		[1 - 12]		
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке			2		[1 - 12]		
12	Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества	2				[1 - 12]		
	Всего часов	8		8				Зачет

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 - 12]		
2	Стратегический менеджмент в условиях глобальной конкуренции					[1 - 12]		
3	Методология и этапы стратегического управления	2				[1 - 12]		
4	Базисные стратегии фирмы (организации)	2				[1 - 12]		Реферат, Тесты
5	Стратегии позиционирования по отношению к конкурентам					[1 - 12]		
6	Корпоративные стратегии	2				[1 - 12]		Опрос
7	Международные конкурентные стратегии			2		[1 - 12]		
8	Конкурентные стратегии на различных стадиях жизненного цикла товара и организации	2				[1 - 12]		
9	Ценовые и неценовые конкурентные стратегии			2		[1 - 12]		
10	Методы анализа рынка			2		[1 - 12]		
11	Реализация конкурентных стратегий на мировом рынке			2		[1 - 12]		
12	«Защита объектов интеллектуальной собственности как основа формирования конкурентного преимущества»	2				[1 - 12]		
	Всего часов	10		8				Зачет

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. Быков, А.А. Современные формы организации бизнеса: международный опыт и перспективы развития в Беларуси: [сборник статей / А. А. Быков и др. - [Б. м. : б. и., 2017]. – 184 с.
2. Дудко, Е.Н., Замбрижицкая П.А. Интеллектуальная собственность в глобальных цепочках создания добавленной стоимости / Е.Н. Дудко, Замбрижицкая П.А. // Интеллектуал. собственность в Беларуси. — 2019. — № 3. — С. 35 - 40.
3. Национальная экономика Беларуси : учебник / под ред. В. Н. Шимова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск : БГЭУ, 2018. – 649 с.

Дополнительная литература:

4. Аверченков, И. Л. Стратегии конкурентной борьбы: тренинги и кейсы / И. Л. Аверченков. – СПб. : (Бизнес-технологии. XXI век). Речь, 2008. – 220 с.
5. Кара, А. Н., Кузнецова, Е. Ю. Оценка конкурентоспособности при формировании стратегий предприятий сферы услуг по реализации конкурентных преимуществ: монография / А. Н. Кара, Е. Ю. Кузнецова. - Тольятти : ТГУС, 2008. - 193 с.
6. Олехнович, Г.И. Конкурентные стратегии: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности "Мировая экономика" / Г. И. Олехнович. - Минск: БГЭУ, 2010. - 261 с.
7. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: [классическая работа, посвященная анализу конкурентоспособности]: перевод с английского / Майкл Портер. - 5-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 714 с.
8. Тарануха, Ю.В. Конкуренция и конкурентные стратегии: (в структурно-логических схемах): учебно-методическое пособие / Ю. В. Тарануха. – М. : Дело и Сервис, 2008. - 266 с.
9. Тарануха, Ю. В. Конкурентные стратегии. Современные способы завоевания преимуществ: практическое пособие / Ю. В. Тарануха. - Москва : RuScience, 2016. - 356 с.
10. Jürgen Deters. Global leadership talent management: successful selection of global leadership talents as an integrated process / Jürgen Deters. - Bingley : Emerald Publishing, XIII, 2017. - 243 с.
11. Parietti, L. V., Internationalization of firms: the role of institutional distance on location and entry mode / Laura Vanoli Parietti. - Bingley : Emerald Publishing, 2017. - XXXII, 222 с.
12. Torben, J. A., The responsive global organization: new insights from global strategy and international business / edited by Torben Juul Andersen. - Bingley : Emerald Publishing, 2017. - VIII, 247 с.

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	Кафедра мировой экономики	Содержание учебной программы согласованно. Предложений об изменениях и дополнениях нет.	протокол № 6 от 16.01.2020г

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 _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
