

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке»

Учебный курс «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Мировая экономика» (совместно с МГУ).

Дисциплина «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» включена в состав вариативной части блока Дисциплины (модули) по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (27 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Новые тенденции развития мировой экономики», «Международная конкурентоспособность», «Маркетинг и ценообразование», «Международные компании и инновационное развитие мировой экономики», и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Управление рисками на международном рынке», «Мировой опыт анализа и оценки инвестиционных проектов».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теория конкуренции и развитие конкурентного анализа. В рамках данного раздела рассматриваются: эволюция и основные направления, концепции теории конкуренции – Бостонская матрица (матрица «рост/доля рынка»), М. Портер пять основных конкурентных сил. «Конкуренция

будущего» Г. Хэмел, К. Прахалад. Концепции конкурентной стратегии : Концепция «экосистемы Дж. Мура», А. М. Бранденбургер, Б. Дж. Нейлбафф – концепция соконкуренции), Д. Коллинз – «концепция ежа». Концепция Х. Фризевинкеля, Модель И. Ансоффа, А. Юданова (пациенты, виоленты, эксплеренты, коммутанты).

2. Анализ рынка и деятельности конкурентов предполагает рассмотрение вопросов, связанных с порядком и требованиями к методике проведения анализа состояния конкуренции на международном рынке, в т. ч. определение географических границ рынка, расчет рыночных долей, оценка интенсивности конкуренции , а также мониторинг причин и условий возникновения конкурентных преимуществ, включающий: сравнительный анализ товарного предложения и динамики цен, организацию сбытовой сети, оценку финансовой стабильности конкурентов.

3. Разработка и реализация стратегии конкуренции представляет методику разработки и этапы формирования конкурентной стратегии. Рассматриваются типовые конкурентные стратегии поведения (наступательные, оборонительные; отступления или ухода с рынка), глобальная и функциональная конкурентная стратегия предприятия; способы адаптации конкурентной стратегии к особенностям динамики и структуре рынка в условиях нового быстрорастущего рынка, в период замедления роста и застоя рынка. Акцентируется внимание на направлениях комплексного использования преимуществ базовых стратегий конкуренции (проблеме совместимости базовых стратегий конкуренции).

Цель изучения дисциплины - формирование комплекса знаний путем основания методологических основ и приобретения навыков практического владения принципами выбора и формирования конкурентной стратегии предприятия с учетом особенностей международных рынков.

Задачи:

- Изучение методологических основ конкурентной стратегии предприятия применительно к условиям международных рынков.

- Освоение методики диагностики конкурентной среды предприятия.
- Овладение методами формирования стратегии конкуренции предприятия, ее адаптации к условиям структуры рынка.
- Формирование навыков определения путей и методов обеспечения конкурентных преимуществ и конкурентоспособности предприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- способность принимать организационно-управленческие решения;
- способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов рынках.

В результате изучения дисциплины «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» у обучающихся формируются следующие учебные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-12 - способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом (<i>формируется частично</i>)	знает	содержание основных социально-экономических показателей деятельности предприятий, отрасли, региона и экономики в целом
	умеет	составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятий, отрасли, региона и экономики в целом
	владеет	методикой расчета основных социально-экономических показателей на разных уровнях управления
ПК-13 – способность использовать современные методы и инструменты исследования социально-экономических процессов, сравнительного анализа национальных моделей экономики(<i>формируется</i>)	знает	современные методы и инструменты исследования социально-экономических процессов, сравнительного анализа национальных моделей экономики
	умеет	применять современные методы и инструменты исследования социально-экономических процессов, сравнительного анализа национальных

<i>частично)</i>		моделей экономики
	владеет	методами исследования социально-экономических процессов, сравнительного анализа национальных моделей экономик
ПК-14 – способность к применению теоретических знаний для решения практических проблем рационального и эффективного использования экономических ресурсов при осуществлении экономического выбора (<i>формируется частично</i>)	знает	теоретические основы осуществления экономического выбора
	умеет	применять теоретические знания для решения практических проблем рационального и эффективного использования экономических ресурсов при осуществлении экономического выбора
	владеет	теоретическими знаниями, необходимыми для решения практических проблем рационального и эффективного использования экономических ресурсов при осуществлении экономического выбора

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Конкурентные стратегии компаний на международном рынке» применяются следующие методы обучения: проблемная лекция, учебная дискуссия, кейс-стади.