

Белорусский государственный университет

(наименование учреждения высшего образования)

Факультет Международных отношений

Кафедра Международных экономических отношений

СОГЛАСОВАНО

Заведующий (начальник) кафедрой
(председатель методической
комиссии факультета)

д.э.н., профессор Данильченко А.В.

26 июня 2012 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан (начальник) факультета

д.и.н., профессор Шадурский В.Г.

26 июня 2012 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Конкурентные стратегии

(название учебной дисциплины)

для специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика»

Составители: к.э.н., доцент Ярошевич Вячеслав Иванович

Рассмотрено и утверждено
на заседании совета
протокол № 6

26.06 2012 г.,

УД-8414 от 19.10.2012

№ п/п	Название дисциплины	Распределение по семестрам			Количество часов								Распределение по курсам и семестрам									
		Экзменов	Зачетов	Курсовых работ	Всего	Аудиторных	Из них					I курс		II курс		III курс		IV курс		V курс		
							Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Контролируемая самостоятельная работа	1 семестр, 17 недель	2 семестр, 17 недель	3 семестр, 17 недель	4 семестр, 17 недель	5 семестр, 17 недель	6 семестр, 17 недель	7 семестр, 17 недель	8 семестр, 17 недель	9 семестр, 17 недель	10 семестр, 17 недель	
3	4	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23			
3.	Центр общепрофессиональных и специальных дисциплин				6158	3117	902	30	1745	320	120											
	Обязательный компонент																					
3.1	Микроэкономика	2			160	68	34			30	4		4									
3.2	Макроэкономика	3		3	174	86	44			38	4											
3.3	Мировая экономика	4	3	4	348	164	82			76	6			4	5							
3.4	Маркетинг и ценообразование		5		98	52	28		22		2					3						
3.5	Национальная экономика Беларуси	6			160	68	34			30	4						4					
3.6	Производственные технологии	1			164	68	34	24		8	2	4										
3.7	Статистика	4	3		230	102	52		46		4			3	3							
3.8	Экономический анализ деятельности организации (предприятия)	9			134	52	26		24		2									3		
3.9	Эконометрика и экономико-математические методы и модели		4		98	52	26	6	18		2			3								
3.10	Экономика организации (предприятия)	6			164	68	34		30		4					4						
3.11	Основы менеджмента		5		64	34	18		14		2			2								
3.12	Финансы и финансовый рынок	6			198	86	44		38		4					5						
3.13	Введение в специальность				12	12	12					1										
3.14	Основы управления интеллектуальной собственностью		9		68	36	22		12		2									2		
3.15	Охрана труда		4		64	34	24		8		2			2								
3.16	Бухгалтерский учет	8	7		230	102	52		46		4						3	3				
3.17	Деньги, кредит, банки		9		98	52	26		24		2									3		
3.18	Основы права	7			198	86	44		38		4						5					
3.19	Международные экономические отношения	6	5	6	286	132	66			60	6				4	4						
3.20	Международный менеджмент	6			134	52	26			24	2					3						
3.21	Конкурентные стратегии	9			164	68	34			30	4									4		
3.22	Экономика зарубежных стран		5		98	52	26			24	2				3							
3.23	Иностранный язык (2-ой) <i>Вузовский компонент</i>	4,5	3		780	376			356		20			8	7	7						
3.24	Иностранный язык	3,5,7,8,9	4,6,8,8		1304	833	40		773		20			7	7	7	7	7	7	7		
3.26	Теория и практика перевода <i>Дисциплины и курсы по выбору студента</i>		6		80	42	20		20		2					2						
3.27	Иностранный язык (2-ой)	7,9	6,8		650	340	54		276		10					5	5	5	5	5		
4.	Цикл дисциплин специализации	5,7,8,8	7,8,8,9	7,8	754	448	238			186	24				3		10	10	3			

* Включая курс «Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)»

** Включая курс по теоретико-методическим основам физкультурно-спортивной деятельности, здорового образа жизни, профилактики СПИДа и наркомании.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ДИСЦИПЛИН СПЕЦИАЛИЗАЦИЙ

1-25 01 03 01: Управление внешнеэкономической деятельностью

Основы ВЭД операций
Международная экономическая интеграция отношений
Европейское трансграничное сотрудничество
Внешнеторговая политика малой экономики процессов
Транзитивная экономика
Международные расчеты
Международный маркетинг
Методология исследования мировой экономики
Экономика, управление ВЭД
Финансовый менеджмент
Антидемпинг в международной торговле

1-25 01 03 02 Внешнеторговая и коммерческая

Организация и техника внешнеторговых
Международные валютные и финансовые
Конъюнктура мировых товарных рынков
Ситуационный анализ внешнеэкономических
Международный бизнес
Венчурная деятельность
Международный маркетинг
Международная трудовая миграция
Экономика, управление ВЭД
Финансовый менеджмент
Антидемпинг в международной торговле

Учебно-методический комплекс по курсу «Конкурентные стратегии»

Электронный учебно-методический комплекс (УМК) по учебной дисциплине **«Конкурентные стратегии»** создан в соответствии с требованиями Положения об учебно-методическом комплексе на уровне высшего образования и предназначен для студентов специальности «Мировая экономика». Содержание разделов УМК соответствует образовательным стандартам данной специальности, структуре и тематике учебной программы по дисциплине **«Конкурентные стратегии»**.

Главная цель УМК – оказание методической помощи студентам в систематизации учебного материала в процессе подготовки к итоговой аттестации по курсу **«Конкурентные стратегии»**. Отличительной особенностью данного комплекса является его профильная направленность, учитывающая особенности специальности «Мировая экономика».

Структура УМК включает:

1. Учебно-программные материалы (разделы: организационно-методический, содержание учебного материала), включающие примерный тематический план дисциплины, содержание рабочей программы по курсу **«Конкурентные стратегии»**, планы семинарских занятий для самостоятельной подготовки студентов.
2. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (конспект лекций по вопросам курса **«Конкурентные стратегии»**, вопросы для подготовки к зачету по дисциплине, задания, тесты, вопросы для самоконтроля, тематика рефератов и докладов, список литературы). Материал может быть использован для самостоятельной подготовки студентов к лекциям и практическим занятиям.
3. Учебно-практические указания по самостоятельной работе студентов, подготовке к семинарским занятиям, выполнению контрольных заданий, тестов, подготовке рефератов и докладов.
4. Форма контроля по дисциплине **«Конкурентные стратегии»** (система контроля и оценки знаний студентов).
5. Справочные материалы, включающие отдельные положения нормативно-правовых актов Республики Беларусь, регулирующих экономические процессы, программно-планирующую документацию воспитательной работы БГУ.

Содержание и структура УМК рассмотрена и одобрена на заседании кафедры международных экономических отношений ФМО

(протокол № 10 от 22.05.12 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Конкурентные стратегии» является важной составной частью изучения закономерностей и тенденций развития современной мировой экономики. Для студентов специальности «Мировая экономика» дисциплина является одной из ключевых.

Программой предусмотрено изучение как теоретических, так и практических вопросов, связанных с конкуренцией и конкурентоспособностью. Конкурентные стратегии будут исследованы через призму национальной конкурентной политики и современных тенденций в развитии мировой экономики. Особое внимание будет уделено конкурентоспособности бывших социалистических стран, в том числе Республики Беларусь.

Цель курса «Конкурентные стратегии» состоит в формировании у студентов цельного и объемного представления о конкуренции и конкурентоспособности как определяющих факторов в развитии мировой экономики в целом и отдельных государств.

Задачи курса:

- изучить понятие и эволюцию теории международной конкуренции, конкурентных стратегий предприятия;
- исследовать основные подходы к оценке конкурентоспособности;
- раскрыть основные составляющие конкурентной политики на национальном и международном уровне;
- проанализировать особенности конкурентной стратегии и политики в условиях постсоциалистических преобразований.

В результате изучения курса студент должен знать:

- закономерности формирования конкурентных преимуществ страны на мировом рынке;
- факторы формирования конкурентных преимуществ предприятий и отраслей на мировом рынке;
- основные подходы к оценке конкурентоспособности;
- принципы и составляющие конкурентной политики;
- особенности конкурентной среды в бывших соцстранах;
- основные этапы разработки конкурентных стратегий предприятия.

По окончании обучения студенты должны уметь:

- определять конкурентные преимущества стран;
- определять конкурентную позицию предприятия/отрасли;

- оценивать уровень конкуренции в отдельных странах, регионах, рынках через анализ конкурентной среды и политики;
- давать оценку конкурентоспособности отдельных стран;
- разрабатывать концепции конкурентных стратегий предприятий/отраслей и оценивать эффективность их выполнения.

Распределение часов согласно стандарту и учебному плану для дисциплины «Конкурентные стратегии» специальности 1-25 01 03 «Мировая экономика»

№ n/n	Название дисциплины	Распределение по семестрам			Количество часов			
		экз.	зач.	к/р	Всего ауд.	Лекции	Семинар	КСР
	Конкурентные стратегии	9			64	34	30	12

**РАЗДЕЛ 1.
ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов*				Самост. работа
		Аудиторные				
		Лекции	Практич., семинар.	Лаб. занят.	КСР	
I.	Теоретические основы конкурентных отношений	6	6	-	2	
1.	Составляющие конкурентных отношений	2	2	-	-	Рефераты
2.	Классические теории	2	2	-	-	Опрос
3.	Современные теории	2	2	-	2	Опрос
II.	Оценка конкурентоспособности	6	4	-	4	
4.	Концепции оценок конкурентоспособности	2	2	-	-	Опрос
5.	Индексы конкурентоспособности	2	2	-	2	Рефераты, опрос
6.	Конкурентоспособность бывших соцстран	2	2	-	2	Рефераты
III.	Конкурентная политика	8	6	-	2	
7.	Обоснование и принципы конкурентной политики	2	2	-	-	Опрос
8.	Особенности национальной конкурентной политики	4	2	-	2	Рефераты
9.	Наднациональное регулирование конкурентных отношений	2	2	-	-	Опрос
IV.	Конкурентные стратегии предприятия	6	6	-	2	
10.	Конкурентный статус/позиция	2	2	-		Опрос
11.	Классификация конкурентных стратегий	2	2	-		Опрос
12.	Реализация конкур. стратегий	2	2	-	2	Задания
V.	Конкурентные стратегии в Республике Беларусь	8	8	-	2	
13.	Конкурентоспособность Республики Беларусь	4	2	-	2	Опрос
14.	Особенности конкурентной политики и стратегии в Республике Беларусь	4	2	-	-	Контр. работа
	Итого:	34	30	-	12	

РАЗДЕЛ 2.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел I. Теоретические основы конкурентных отношений.

Тема 1. Составляющие конкурентных отношений.

Понятие и основные черты конкуренции. Национальная и международная конкуренция. Особенности международной конкуренции. Понятие конкурентного преимущества на мировом рынке.

Понятие и основные измерения конкурентоспособности. Различие понятий «конкурентоспособность» и «конкурентность».

Факторы, определяющие национальную и международную конкурентоспособность.

Тема 2. Классические теории международной конкуренции.

Меркантилизм.

Теория абсолютных преимуществ А. Смита (1776). Теория сравнительных преимуществ Д. Риккардо (1817).

Теория Хекшера-Олина (1919, 1933). Парадокс Леонтьева (1953). Теория сходства между странами С. Линдера (1961).

Теория жизненного цикла товара Р. Вернона (1966).

Теория экономии на масштабе П. Кругмана и К. Ланкастера (1979).

Тема 3. Современные теории международной конкуренции.

Теория конкурентных преимуществ М. Портера (1990).

Факторная модель Д. Чо (1994). Теория «двойных» конкурентных преимуществ Х. Муна, А. Ругмана и А. Вербеке (1998).

Этапная модель Д. Чо и Х. Муна (1998).

Раздел II. Оценка конкурентоспособности.

Тема 4. Концепции оценок конкурентоспособности.

Микроэкономические концепции. Одно- и двухуровневые концепции: концепция выявленных конкурентных преимуществ Баласса (1965), концепция ценовой конкуренции Дюрана и Герно (1987), концепция издержек. Многоуровневые концепции: концепция М. Портера (1990), индикаторный подход Ч. Бакли (1988, 1992).

Макроэкономические концепции. Многоуровневые индикаторные концепции Всемирного экономического форума и Института развития управления. Одно- и двухуровневые концепции МВФ и отдельных западных экономистов.

Разработка интегрированных подходов к оценке конкурентоспособности.

Тема 5. Индексы конкурентоспособности.

Основные доклады о конкурентоспособности в мире. Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума: принципы и алгоритм оценки.

Альтернативные оценки конкурентоспособности.

Тема 6. Конкурентоспособность бывших соцстран.

Место бывших социалистических стран в основных международных рейтингах конкурентоспособности. Влияние социально-экономических преобразований на конкурентоспособность бывших соцстран.

Конкурентный потенциал бывших соцстран. Страны с высоким и низким уровнем международной конкурентоспособности.

Влияние мирового финансово-экономического кризиса на конкурентоспособность бывших соцстран и перспективы ее развития.

Раздел III. Конкурентная политика.

Тема 7. Обоснование и принципы конкурентной политики.

Понятие и составляющие конкурентной политики. Принципы конкурентной политики в различных политико-экономических системах.

Цель, задачи и инструменты оптимальной конкурентной политики.

Тема 8. Особенности национальной конкурентной политики.

Эволюция национальной конкурентной политики. Влияние промышленной революции на конкурентную политику. Конкурентная политика в 20-м столетии.

Современная конкурентная политика развитых стран. Конкурентная политика Европейского союза. Конкурентная политика США и Канады.

Конкурентная политика Японии и новых индустриальных стран.

Проблемы формирования и имплементации эффективной конкурентной политики в развивающихся странах.

Особенности конкурентной среды в бывших соцстранах. Проблема формирования эффективной институциональной инфраструктуры в условиях политико-экономической трансформации.

Тема 9. Наднациональное регулирование конкурентных отношений.

Особенности регулирования международных конкурентных отношений в довоенный период. Роль колониальной политики в обострении международной конкуренции в эпоху индустриализации на Западе.

Развитие наднационального регулирования конкурентных отношений в послевоенный период. Роль международных экономических организаций.

Новые вызовы и тенденции в развитии наднационального регулирования конкурентных отношений.

Раздел IV. Конкурентные стратегии предприятия.

Тема 10. Конкурентный статус/ позиция.

Понятие конкурентного статуса, конкурентной позиции предприятия.

Факторы конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли. Понятие ценовой и неценовой конкуренции. Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование.

Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей.

Анализ конкуренции предприятиями. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами.

Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции. Влияние постсоциалистической приватизации на конкурентоспособность.

Тема 11. Классификация конкурентных стратегий.

Соотношение корпоративных и конкурентных стратегий.

Наступательные и оборонительные стратегии.

Стратегии вертикальной и горизонтальной дифференциации производства. Связанная и несвязанная диверсификация. Централизованная диверсификация. Горизонтальная диверсификация.

Стратегия концентрации на рыночных сегментах/ “нишевая” стратегия. Комбинированные конкурентные стратегии.

Тема 12. Реализация конкурентных стратегий.

Соотношение конкурентной стратегии и тактики в управлении предприятием.

Факторы, определяющие выбор конкурентной стратегии.

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

Основные этапы реализации стратегии: выделение приоритетов, установление соответствия потенциалу, управление изменениями.

Оценка эффективности конкурентных стратегий.

Раздел V. Конкурентная политика и стратегии в Республике Беларусь.

Тема 13. Конкурентоспособность Республики Беларусь.

Место Республики Беларусь в основных международных рейтингах конкурентоспособности.

Конкурентный потенциал Республики Беларусь. Сравнительные конкурентные преимущества белорусской экономики. Место белорусской промышленной продукции на мировом рынке. Конкурентоспособность белорусского сельского хозяйства и сферы услуг.

Эволюция конкурентного потенциала Республики Беларусь в условиях постсоциалистических преобразований.

Влияние мирового финансово-экономического кризиса на конкурентоспособность Республики Беларусь и перспективы ее улучшения.

Тема 14. Особенности конкурентной политики и стратегии в Республике Беларусь.

Особенности деловой среды в Республике Беларусь. Белорусская политико-экономическая модель.

Принципы и основные составляющие конкурентной политики в Республике Беларусь. Взаимодействие с международными экономическими организациями по вопросам международной конкуренции.

Проблема актуализации и формирования конкурентных стратегий различных типов белорусских предприятий. Конкурентные стратегии белорусских промышленных предприятий. Конкурентные стратегии белорусских сельскохозяйственных предприятий. Конкурентные стратегии белорусских предприятий сферы услуг. Конкурентные стратегии белорусского малого предпринимательства.

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел I. Теоретические основы конкурентных отношений.

Тема 1. Составляющие конкурентных отношений.

1. Дайте определение конкуренции, выделите ее основные черты.
2. Чем отличается национальная конкуренция от международной?
3. Что такое конкурентоспособность?
4. Выделите факторы, определяющие конкурентоспособность.

Тема 2. Классические теории международной конкуренции.

1. Установите отношение меркантилистов к вопросам, связанным с международной конкуренцией.
2. Международная конкуренция в теории абсолютных и сравнительных преимуществ.
3. Развитие теории международной конкуренции в теории Хекшера-Олина (1919, 1933), парадокс Леонтьева (1953).
4. Охарактеризуйте основные теории международной конкуренции в послевоенный период.

Тема 3. Современные теории международной конкуренции.

1. В чем заключаются основные новшества теории конкурентных преимуществ М. Портера?
2. Каким образом Д. Чо развивает теорию международной конкуренции в своей факторной модели (1994)?
3. Какие теории международной конкуренции появились в конце 1990-х гг.?

Раздел II. Оценка конкурентоспособности.

Тема 4. Концепции оценок конкурентоспособности.

1. В чем особенность микроэкономических концепций оценки конкурентоспособности?
2. Охарактеризуйте макроэкономические концепции оценки конкурентоспособности.

Тема 5. Индексы конкурентоспособности.

1. История возникновения и эволюция основных докладов о конкурентоспособности.
2. Как рассчитывается индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума?
3. Какие альтернативные оценки конкурентоспособности заслуживают внимания?

Раздел III. Конкурентная политика.

Тема 6. Обоснование и принципы конкурентной политики.

1. Дайте определение конкурентной политики.
2. Чем отличаются принципы конкурентной политики капиталистической системы от соответствующих принципов в других политико-экономических системах?
3. Как можно охарактеризовать оптимальную конкурентную политику?

Тема 7. Особенности национальной конкурентной политики.

1. Дайте оценку основным этапам эволюции национальной конкурентной политики.
2. Что общего в конкурентной политике западных стран?
3. В чем заключаются различия в конкурентной политике западных стран?
1. Охарактеризуйте конкурентную политику новых индустриальных стран.

Тема 8. Наднациональное регулирование конкурентных отношений.

1. Каким образом происходило регулирование международных конкурентных отношений в довоенный период?
2. Как развивалась система наднационального регулирования конкурентных отношений в послевоенный период?
3. В чем заключаются новые вызовы в развитии наднационального регулирования конкурентных отношений в современный период?

Раздел IV. Конкурентные стратегии предприятия.

Тема 9. Конкурентный статус/ позиция.

1. Что такое конкурентный статус предприятия?
2. В чем отличие конкурентного статуса от конкурентной позиции?
3. Какие факторы определяют конкурентоспособность продукции?

1. Какие факторы определяют конкурентоспособность продукции?
2. Какие факторы определяют конкурентоспособность продукции?
3. Проведите анализ конкуренции на промышленном предприятии.
4. Проведите анализ конкуренции на торговом предприятии.
5. Проведите анализ конкуренции на предприятии финансовой сферы.

Тема 10. Классификация конкурентных стратегий.

1. Чем конкурентные стратегии отличаются от корпоративных?
2. В чем суть стратегий вертикальной и горизонтальной дифференциации производства?
3. Дайте определение “нишевой” стратегии.
4. В чем заключаются особенности комбинированных конкурентных стратегий?

Тема 11. Реализация конкурентных стратегий.

1. Как соотносятся конкурентная стратегия и тактика в корпоративном управлении?
2. Какие существуют организационные структуры стратегического управления конкурентоспособностью?
3. Каким образом проводится оценка эффективности конкурентных стратегий?

Раздел V. Конкурентная политика и стратегии в условиях трансформации.

Тема 12. Конкурентоспособность бывших соцстран.

1. Какое место занимают бывшие социалистические страны в международных рейтингах конкурентоспособности?
2. Способствовали ли социально-экономические преобразования повышению конкурентоспособности бывших соцстран?
3. Как можно охарактеризовать конкурентный потенциал бывших соцстран?
4. Насколько сильным и однородным было влияние мирового финансово-экономического кризиса на конкурентоспособность бывших соцстран?

Тема 13. Особенности конкурентной политики и стратегии в бывших соцстранах.

1. Как можно охарактеризовать состояние деловой среды в бывших соцстранах?

2. Охарактеризуйте особенности конкурентной политики в бывших соцстранах.
3. Какие факторы определяют конкурентные стратегии предприятий в бывших соцстранах?

Тема 14. Конкурентоспособность Республики Беларусь.

1. Какое место занимает Республика Беларусь в основных международных рейтингах конкурентоспособности?
2. Способствовали ли постсоциалистические преобразования повышению конкурентоспособности Республики Беларусь?
3. В чем заключается конкурентный потенциал белорусской экономики?
4. Какое влияние оказал мировой финансово-экономический кризис на конкурентоспособность Республики Беларусь?

Тема 15. Особенности конкурентной политики и стратегии в Республике Беларусь.

1. Как можно охарактеризовать состояние деловой среды в Республике Беларусь?
2. Охарактеризуйте принципы и основные составляющие конкурентной политики в Республике Беларусь.
3. В чем заключается проблема актуализации и формирования конкурентных стратегий для белорусских предприятий?
4. Проанализируйте конкурентоспособность белорусских промышленных предприятий.
5. Проанализируйте конкурентоспособность белорусского малого предпринимательства.

РАЗДЕЛ 3.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Конкурентная стратегия - это комплексный план действий компании на рынке относительно фирм-конкурентов. Рыночный смысл конкурентных стратегий заключается в том, что они способствуют увеличению или удержанию предприятием своего положения на рынке относительно конкурентов.

По мнению Майкла Портера, "конкурентная стратегия состоит в том, чтобы отличаться от других. Это означает осознанный выбор иного комплекса мероприятий по предоставлению уникальной ценности. Сущность стратегии заключена в составляющих ее мероприятиях: в решении осуществлять их по-другому или в решении осуществлять другие мероприятия, нежели у конкурентов. В противном случае стратегия вырождается в неконкурентоспособный маркетинговый слоган" [1].

Тип выбираемой конкурентной стратегии зависит от положения, которое занимает предприятие на рынке, и от характера его действий. Возможные стратегии по достижению и удержанию конкурентного преимущества предприятия на рынке представлены в таблице.

Позиция на рынке	Упреждающие стратегии	Пассивные стратегии
Лидеры рынка	Захват	Перехват
	Защита	Блокировка
Преследователи лидеров рынка	Атака	Следование
	Прорыв по курсу	Окружение
Избегающие прямой конкуренции	Сосредоточение сил на участке	Сохранение позиций
		Обход

"Захват рынка" — расширение глобального спроса на продукцию предприятия путем использования продуктового или ценового лидерства, поиска новых потребителей, увеличения интенсивности потребления и др.

"Защита рынка" — воздействие на "своих" потребителей с целью удержать их в сфере деятельности предприятия, например с помощью рекламы, сервиса, стимулирования и др.

"Блокировка рынка" — стремление не допускать, чтобы преследователи добивались преимуществ на отдельных маркетинговых направлениях: товар, распределение, цена и т.д.

"Перехват" - реакция на нововведения преследователей для снижения возможной эффективности.

"Атака в лоб" (или фронтальная атака) — использование преследователем достигнутого над лидером превосходства (продуктового или ценового) для установления конкурентного преимущества.

"Прорыв" (или фланговая атака) использование какой-либо одной слабой стороны лидера, нахождение бреши.

"Окружение" — постепенное накопление преимуществ перед лидером путем определения его слабых мест, обход конкурента с разных сторон.

"Следование по курсу" — минимизация риска ответных действий лидера, например в ценовой политике.

"Сосредоточение сил на выгодных участках" — выбор сегментов рынка, не привлекающих внимание более сильных конкурентов.

"Обход" — избежание конкуренции путем выпуска не соперничающих товаров, сервиса, использование непривлекательных для конкурентов каналов сбыта и др.

"Сохранение позиций" — поддержание постоянства в рыночной деятельности, не вызывающей внимания конкурентов (статус-кво).

Конкурентный статус/ позиция.

Понятие конкурентного статуса, конкурентной позиции предприятия.

Конкурентный статус – характеристика возможностей для ведения конкурентной борьбы, предпосылки достижения конкурентных преимуществ. Оценивает ресурсную обеспеченность и подготовленность к

реализации стратегических целей, степень освоения потенциальных возможностей для создания и сохранения конкурентных преимуществ.

Конкурентный статус можно также понимать как относительный объем фактической совокупности содержательных функций, выполняемых в избранном виде (или видах) бизнеса.

Под **конкурентной позицией** предприятия понимается его место на соответствующем сегменте или секторе рынка в соотношении с конкурентами.

Конкурентная позиция — это положение, которое то или иное предприятие занимает в своей отрасли в соответствии с результатами своей деятельности и своими преимуществами и недостатками по сравнению с другими предприятиями.

Факторы конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли.

Факторы конкурентоспособности продукции – это те характеристики, которые определяют отношение потребителя к данной продукции, ее конкурентную позицию на рынке. По мнению российского исследователя Успенского И.В., классификационную схему, отражающую факторы конкурентоспособности продукции, можно представить в виде цепочки: цена - качество - сервис - маркетинговое окружение (см. табл.).

Фактор	Характеристика критериев
Цена	Соотношение уровня цены с ценами основных конкурентов; развитость системы дифференциации цен в зависимости от соотношения спроса и предложения, а также политики конкурентов; привлекательность для потребителей системы скидок
Качество	Технико-эксплуатационные характеристики

	продукции (функциональность, надежность, удобство эксплуатации и т. д.); престижность, дизайн, экологичность товара
Сервис	Качество поставки товара; уровень торгового обслуживания; наличие запасных материалов и центров по сервисному обслуживанию
Маркетинговое окружение	Уровень организации маркетинг-логистики; эффективность рекламных мероприятий; уровень дизайна и содержательности упаковки; разработанность брэндинга товара; уровень гарантийного обслуживания покупателей до и после приобретения товара; возможность покупки товара с помощью современных средств связи (Интернет, мобильная связь и т. д.)

<http://www.bseu.by/uspensk/5.htm>, 11.10.12

Факторы конкурентоспособности предприятия/отрасли – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия, отрасли, а также социально-экономической жизни общества в целом, которые вызывают изменение конкурентного статуса и конкурентной позиции, в первую очередь через изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство.

Вся совокупность факторов конкурентоспособности предприятия/отрасли подразделяется на внешние и внутренние.

Внутренние факторы – объективные критерии, которые определяют возможности предприятия/отрасли по обеспечению собственной конкурентоспособности (научно-технический потенциал, финансово-экономический потенциал, кадровый потенциал, эффективность рекламы, условия хранения, транспортировки, упаковки продукции, уровень сервисного и гарантийного обслуживания и т. д.)

Внешние факторы – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию/отрасли создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна для потребителей.

Под внешними факторами следует понимать:

1. меры государственного воздействия: экономического характера (амортизационную, налоговую, финансово-кредитную политику); административного характера (совершенствование и реализацию

- законодательных актов, демонополизацию экономики, государственную систему стандартизации и сертификации);
2. основные характеристики самого рынка деятельности данного предприятия/отрасли (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов);
 3. деятельность общественных и негосударственных институтов;
 4. деятельность политических партий, движений, блоков, формирующих социально-экономическую обстановку в стране.
- (<http://be5.biz/ekonomika/e005/50.htm>, 11.10.12)

Понятие ценовой и неценовой конкуренции.

Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование.

Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей.

- состоит в обеспечении достаточно надежной, безотказной реакции экономической системы на изменение спроса, условий рынка.

Формированию конкурентной среды предшествуют становление рыночной

конкуренции как таковой и столкновение частных экономических интересов,

обусловленных собственностью на факторы производства, продукт и доход. Чем

больше носителей и самих экономических интересов, тем вероятнее возможность

возникновения полноценной конкуренции как системы отношений между

экономически самостоятельными хозяйствующими субъектами, определяющими

новые способы реализации своих экономических интересов.

Государственное регулирование конкурентных отношений основывается на антимонопольной политике государства, включающей разработку антимонопольного законодательства и контроль за его осуществлением.

Антимонопольное законодательство представляет собой комплексное образование в системе норм коммерческого и хозяйственного права и направлено на сохранение и поддержание конкуренции.

Существующие в разных странах антимонопольные законодательства чрезвычайно разнообразны. Однако каждое из них в большей или меньшей степени принадлежит к одной из двух основных систем: запретительной или регулятивной.

Запретительная система антимонопольного законодательства предполагает полный запрет монополий. Наиболее типичным представителем этой системы являются США, антитрестовское законодательство которых исходит из принципа несовместимости монополии и конкуренции. К запретительной системе можно также отнести и антимонопольное законодательство Японии, при разработке которого широко использован опыт США.

Вторая известная в мировой практике система - регулятивная. К ней тяготеет антимонопольное законодательство большинства европейских стран, в т. ч. Стран Восточной Европы. Эта система направлена не против монополии как таковой, а против злоупотребления ею.

Анализ конкуренции предприятиями.

Важнейшей составляющей информации для принятия решений в области ведения конкурентной борьбы является информация о поведении конкурентов, об их конкурентных позициях. Наибольший интерес, при этом, представляет возможность выделения наиболее характерных составляющих конкурентоспособности.

В этой связи в научной литературе предлагается, во-первых, получить данные об интенсивности конкуренции на выделенном рынке и, во-вторых, тщательно изучить технико-экономические и финансово-экономические возможности конкурентов.

Интенсивность конкуренции на любом рынке определяется рядом факторов,

важнейшими из которых являются три составляющие:

- > характер распределения рыночных долей;
- > темпы роста рынка;
- > рентабельность рынка.

Исследование фирм-конкурентов, как правило, производится или в целом по отрасли, или по отдельным сегментам рынка.

Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами.

Выявление действующих и потенциальных конкурентов производится обычно

на основе одного из двух подходов:

- . первый связан с оценкой потребностей, удовлетворяемых на рынке основными конкурирующими фирмами;
- . второй ориентируется на группировку конкурентов в соответствии с применяемыми ими типами рыночных стратегии.

Подход с точки зрения потребительского спроса имеет целью сгруппировать конкурирующие фирмы в соответствии с типом потребностей, которые удовлетворяет их продукция.

Для выявления наиболее важных конкурентов и их роли на рынке сбыта

компании используют методы ассоциативного опроса потребителей, выявляя, с

какими полезными качествами и условиями потребления покупатель ассоциирует

тот или иной товар известного на рынке конкурента.

В основе выявления конкурентов на базе группировок по типу стратегии лежит их группировка в соответствии с ключевыми аспектами их ориентации в производственно-сбытовой деятельности.

К таким аспектам относятся:

- . стратегия в области экспансии на рынке;
- . стратегия в области ценовой политики;
- . стратегия в области технологии и др.

При выявлении основных конкурентов в соответствии с типами стратегий

необходимо учитывать степень мобильности стратегий конкурентов и проводить

всестороннее исследование перспектив эволюции стратегии конкурентов.

Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции. Влияние постсоциалистической приватизации на конкурентоспособность.

Классификация конкурентных стратегий.

Соотношение корпоративных и конкурентных стратегий.

Корпоративная (портфельная) стратегия – это стратегия, которая описывает общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой деятельности. Она показывает, как управлять различными видами бизнеса, чтобы сбалансировать портфель товаров и услуг. Стратегические решения этого уровня наиболее сложны, так как касаются предприятия в целом. Здесь принимаются вопросы о слиянии, приобретении или выходе из того или иного бизнеса. Именно на этом уровне определяется и согласовывается продуктовая стратегия предприятия.

Одной из целей корпоративной стратегии является выбор хозяйственных подразделений фирмы, в которые следует направлять инвестиции.

Корпоративная стратегия включает:

- распределение ресурсов между хозяйственными подразделениями на основе портфельного анализа;
- решения о диверсификации производства с целью снижения хозяйственного риска и получения эффекта синергии;
- изменение структуры корпорации;
- решения о слиянии, приобретении, вхождении в ФПГ или другие интеграционные структуры;
- единую стратегическую ориентацию подразделений.

(В.В. Фаузер, Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера, Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета, <http://koet.syktu.ru/vestnik/2005/2005-3/14.htm>, 11.10.12).

По мнению М. Портера, Стратегия конкурентной борьбы, или **конкурентная стратегия**, — это стремление компании занять конкурентную рыночную позицию в отрасли — то есть на главной арене, где сражаются соперники. Конкурентная стратегия направлена на то, чтобы добиться устойчивой и выгодной позиции, позволяющей компании противостоять напору тех сил, которые определяют конкурентную борьбу в отрасли. (Глава из книги "Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость", М. Портер, Изд-во "Альпина бизнес букс", 2005, http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/competitive_strategy.shtml, 11.10.12)

Наступательные и оборонительные стратегии.

Наступательные и оборонительные стратегии – это совокупность мероприятий по удержанию и приобретению конкурентных преимуществ, имеющих упреждающий характер или характер реакции.

Направление реализации наступательной стратегии:

1. Наступление на сильные стороны конкурента (достижение превосходства над более слабыми конкурентами, перехват доли рынка, снижение цен, реклама и т. д.).

2. Наступление на слабые стороны конкурента (развитие бизнеса в новых географических регионах, работа с новыми сегментами, создание или модификация продуктов).
3. Многоплановое наступление предполагает одновременное осуществление мероприятий в разных направлениях (снижение цен, увеличение рекламных затрат, запуск новых товаров и т. д.).
4. Захват стратегических рубежей предполагает получение конкурентного преимущества в новом, еще не сформировавшемся, но перспективном сегменте, и принуждение конкурента к намерстыванию упущенного.
5. Партизанское нападение – нанесение внезапных узконаправленных ударов по незакрепленным позициям конкурента. Здесь важен фактор внезапности.
6. Упреждающие действия – мероприятия по созданию конкурентного преимущества, которые конкуренты не смогут или побоятся повторить (наращивание ПМ в расчете на рост спроса, снижение цен и рентабельности и т. д.).

Направления реализации оборонительной стратегии:

1. Расширение номенклатуры изделий.
2. Поддержание низких цен на товары по сравнению с конкурентами.
3. Создание эксклюзивных каналов сбыта.
4. Предоставление скидок и улучшение сервиса.
5. Активизация НИОКР и планирования.
6. Воздействие на конкурентов с целью предотвращения нападения.

Стратегии вертикальной и горизонтальной дифференциации производства.

По мнению М. Портера, «Второй из наиболее общих стратегий конкуренции является стратегия **дифференциации**, которая состоит в том, что компания пытается занять уникальное положение в той или иной индустрии, придавая продукту такие характеристики, которые будут по достоинству оценены большим количеством покупателей. Таких характеристик или атрибутов может быть один или несколько — главное, чтобы они были действительно важны для покупателей.

Способы дифференциации различаются от отрасли к отрасли. В основе дифференциации могут лежать уникальные свойства самого продукта, особенности реализации, особые маркетинговые подходы, а также самые разнообразные прочие факторы.

Компания, которая сможет определенным образом дифференцировать продукцию и поддерживать выбранное направление

в течение длительного периода, будет работать более эффективно, чем в среднем компании данной отрасли — но только в том случае, если наценки на товары компании превосходят дополнительные издержки на дифференциацию, то есть на то, чтобы сделать продукт уникальным.

Логика стратегии дифференциации требует, чтобы компания в основу дифференциации закладывала такие атрибуты продукта, которые бы отличали его от продукта компаний-конкурентов. Если компания хочет, чтобы за ее товары платили высокую цену, она должна быть действительно уникальной или восприниматься покупателями как уникальная (Глава из книги "Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость", М. Портер, Изд-во "Альпина бизнес букс", 2005, http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/competitive_strategy.shtml, 11.10.12)

Связанная и несвязанная диверсификация. Централизованная диверсификация. Горизонтальная диверсификация.

Диверсификация — мера разнообразия в совокупности. Чем больше разнообразие, тем больше диверсификация. Диверсификация — важная рыночная концепция. Она снижает бизнес-риск, при этом чаще всего не снижая доходность. Диверсификация делится на 2 типа — связанная и несвязанная. Связанная диверсификация представляет собой новую область деятельности компании, связанную с существующими областями бизнеса (например, в производстве, маркетинге, материальном снабжении или технологии). Несвязанная (латеральная) диверсификация — новая область деятельности, не имеющая очевидных связей с существующими сферами бизнеса.

Связанная диверсификация делится на вертикальную и горизонтальную. Вертикальная означает производство продуктов и услуг на предыдущей или следующей ступени производственного процесса (производственной цепочки, цепочки создания добавленной стоимости). То есть производитель готовой продукции начинает либо производить для неё комплектующие (назад по цепочке), например производитель компьютеров начинает сам производить и продавать ЖК-матрицы, либо выходит на рынок продукции или услуг ещё более высокой глубины переработки (вперед по цепочке), например производитель процессоров начинает производить компьютеры. Горизонтальная — производство продуктов на той же ступени производственной цепочки. Например, производитель компьютеров начинает производить телевизоры. Новый продукт или услуга может выпускаться под уже имеющимся брендом (расширение бренда, пример: расширение бренда Nivea), либо под новым брендом.

Стратегия концентрации на рыночных сегментах/ “нишевая” стратегия.

М. Портер определяет стратегию концентрации как «Фокусирование» - Третья общая стратегия конкуренции. Данная стратегия отличается от остальных: она основана на выборе узкой сферы конкуренции в рамках той или иной отрасли. Компания, избравшая стратегию фокусирования, выбирает определенный сегмент или группу сегментов отрасли и направляет свою деятельность на обслуживание исключительно данного сегмента или сегментов. Оптимизируя свою стратегию в соответствии с целевыми сегментами, компания пытается получить определенные конкурентные преимущества именно в этих сегментах, хотя общих конкурентных преимуществ в рамках всей отрасли у нее может не быть.

Стратегия фокусирования существует в двух разновидностях. Фокусирование на издержках — это стратегия, при которой компания, работая в своем целевом сегменте, пытается получить преимущество за счет низких затрат. При фокусировании на дифференциации компания осуществляет дифференциацию в своем целевом сегменте. Оба варианта стратегии основаны на тех признаках, которые отличают избранный целевой сегмент от прочих сегментов данной отрасли. Целевой сегмент, скорее всего, объединяет как клиентов с особыми потребностями, так и системы производства и реализации, удовлетворяющие их наилучшим образом и отличающиеся на этом основании от принятых в отрасли стандартов. При фокусировании на издержках компания обращает в свою пользу различия в их структуре в различных секторах отрасли, тогда как при фокусировании на дифференциации компания получает выгоду за счет того, что в определенных сегментах рынка существуют особые группы покупателей с особыми потребностями.

Сущность стратегии фокусирования состоит в том, что компания получает доход за счет тех особенностей данного сегмента, которые отличают его от прочих секторов индустрии.¹⁴ Узкая специализация сама по себе недостаточна для того, чтобы компания добилась показателей эффективности, которые будут выше среднерыночных.

Компания, избравшая фокусирование в качестве конкурентной стратегии, имеет существенное преимущество перед конкурентами с широкой специализацией, а именно: такая компания может выбирать направление оптимизации — дифференциацию или сокращение издержек. Например, возможно, что конкуренты недостаточно хорошо обслуживают тот или иной сегмент рынка, не удовлетворяя

потребностей покупателей в данном секторе, и тогда перед компанией открываются прекрасные возможности для фокусирования на дифференциации. С другой стороны, конкуренты с широкой специализацией, скорее всего, затрачивают слишком много средств и усилий на обслуживание этого сегмента, а это означает, что их затраты на удовлетворение потребностей покупателей в данном сегменте слишком высоки. В этом случае у компании есть вариант избрать фокусирование на издержках — ведь можно сократить затраты, расходуя средства исключительно на удовлетворение потребностей покупателей в данном сегменте, и ничего более.

Показатели эффективности работы компании, избравшей стратегию фокусирования, будут выше средних по отрасли в том случае, если а) компания сможет добиться в своем сегменте устойчивого лидерства в минимизации издержек (фокусирование на издержках) или максимально дифференцировать в этом сегменте свой продукт (фокусирование на дифференциации); б) при этом сегмент окажется привлекательным с точки зрения его структуры. Структурная привлекательность сегмента является необходимым условием, так как некоторые сегменты в отрасли будут заведомо менее прибыльными, чем другие. Часто индустрия предоставляет возможности для успешной реализации нескольких долгосрочных стратегий фокусирования, но только в том случае, если выбирающие данную стратегию компании проводят ее в различных сегментах. В большинстве отраслей можно выделить несколько разных сегментов, предполагающих специфические потребности покупателей или особую систему производства и доставки, в силу чего такие сегменты будут прекрасными полигонами для реализации стратегии фокусирования. В главе 7 будет подробно рассказано о том, как определить отраслевой сегмент, а также как разработать стратегию фокусирования и пользоваться ее преимуществами в течение длительного времени.

(Глава из книги "Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость", М. Портер, Изд-во "Альпина бизнес букс", 2005, http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/competitive_strategy.shtml, 11.10.12)

Комбинированные конкурентные стратегии.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ»

1. Понятие и основные черты конкуренции.
2. Особенности международной конкуренции.
3. Понятие конкурентного преимущества на мировом рынке.
4. Понятие и основные измерения конкурентоспособности.
5. Факторы, определяющие национальную и международную конкурентоспособность.
6. Традиционные подходы к конкурентоспособности: меркантилизм, теория абсолютных и сравнительных преимуществ.
7. Конкурентоспособность в теории Хекшера-Олина; парадокс Леонтьева.
8. Конкурентоспособность в теориях Линдера, Вернона, Кругмана и Ланкастера.
9. Теория конкурентных преимуществ М. Портера.
10. Современные подходы к конкурентоспособности: факторная модель, теория «двойных» конкурентных преимуществ, этапная модель.
11. Одно- и двухуровневые микроэкономические концепции оценки конкурентоспособности.
12. Многоуровневые микроэкономические концепции оценки конкурентоспособности.
13. Многоуровневые макроэкономические концепции оценки конкурентоспособности. Одно- и двухуровневые макроэкономические концепции оценки конкурентоспособности.
14. Основные доклады о конкурентоспособности в мире.
15. Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума: принципы и алгоритм оценки.
16. Место бывших социалистических стран в основных международных рейтингах конкурентоспособности.
17. Влияние социально-экономических преобразований на конкурентоспособность бывших соцстран.
18. Конкурентный потенциал бывших соцстран.
19. Влияние мирового финансово-экономического кризиса на конкурентоспособность бывших соцстран и перспективы ее развития.
20. Понятие и составляющие конкурентной политики.
21. Принципы конкурентной политики в различных политико-экономических системах.
22. Цель, задачи и инструменты оптимальной конкурентной политики.
23. Эволюция национальной конкурентной политики.

24. Современная конкурентная политика развитых стран.
25. Конкурентная политика Европейского союза.
26. Конкурентная политика США и Канады.
27. Конкурентная политика Японии и новых индустриальных стран.
28. Проблемы формирования и имплементации эффективной конкурентной политики в развивающихся странах.
29. Особенности конкурентной среды в бывших соцстранах.
30. Особенности регулирования международных конкурентных отношений в довоенный период.
31. Роль колониальной политики в обострении международной конкуренции в эпоху индустриализации на Западе.
32. Развитие наднационального регулирования конкурентных отношений в послевоенный период. Роль международных экономических организаций.
33. Новые вызовы и тенденции в развитии наднационального регулирования конкурентных отношений.
34. Понятие конкурентного статуса, конкурентной позиции предприятия.
35. Факторы конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли.
36. Ценовая и неценовая конкуренция. Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование.
37. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей.
38. Анализ конкуренции предприятиями.
39. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами.
40. Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции.
41. Влияние постсоциалистической приватизации на конкурентоспособность.
42. Классификация конкурентных стратегий.
43. Соотношение корпоративных и конкурентных стратегий.
44. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии.
45. Конкурентные стратегии вертикальной и горизонтальной дифференциации производства.
46. Связанная и несвязанная диверсификация. Централизованная диверсификация. Горизонтальная диверсификация.
47. Стратегия концентрации на рыночных сегментах/ фокусирование.
48. Соотношение конкурентной стратегии и тактики в управлении предприятием.

49. Факторы, определяющие выбор конкурентной стратегии.
50. Организационные структуры стратегического управления конкурентоспособностью.
51. Основные этапы реализации конкурентной стратегии.
52. Оценка эффективности конкурентных стратегий.
53. Место Республики Беларусь в основных международных рейтингах конкурентоспособности.
54. Конкурентные преимущества белорусской экономики.
55. Место белорусской промышленной продукции на мировом рынке.
56. Конкурентоспособность белорусского сельского хозяйства и сферы услуг.
57. Эволюция конкурентного потенциала Республики Беларусь в условиях постсоциалистических преобразований.
58. Влияние мирового финансово-экономического кризиса на конкурентоспособность Республики Беларусь и перспективы ее улучшения.
59. Принципы и основные составляющие конкурентной политики в Республике Беларусь.
60. Взаимодействие Республики Беларусь с международными экономическими организациями по вопросам международной конкуренции.
61. Проблема актуализации и формирования конкурентных стратегий различных типов белорусских предприятий.
62. Конкурентные стратегии белорусского малого предпринимательства.

ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ

1. Антидемпинговое регулирование и конкурентные стратегии.
2. Белорусская политико-экономическая модель и конкурентоспособность.
3. Взаимодействие Беларуси с международными экономическими организациями по вопросам международной конкуренции.
4. Влияние мирового финансово-экономического кризиса на конкурентоспособность бывших соцстран.
5. Влияние постсоциалистической приватизации на конкурентоспособность.
6. Влияние социально-экономических преобразований на конкурентоспособность бывших соцстран.
7. Демпинг и конкурентоспособность.
8. Конкурентный потенциал Единого экономического пространства.
9. Конкурентные стратегии белорусских предприятий сферы услуг.
10. Конкурентные стратегии белорусских промышленных предприятий.
11. Конкурентные стратегии белорусских сельскохозяйственных предприятий.
12. Конкурентные стратегии белорусского малого предпринимательства.
13. Конкурентный потенциал бывших соцстран.
14. Конкурентный потенциал России.
15. Конкурентный статус: анализ на примере белорусского банка.
16. Конкурентный статус: анализ на примере белорусского сельскохозяйственного предприятия.
17. Конкурентный статус: анализ на примере белорусского торгового предприятия.
18. Конкурентный статус: анализ на примере белорусской страховой компании.
19. Конкурентный статус: анализ на примере крупного белорусского машиностроительного предприятия.
20. Место бывших социалистических стран в международных рейтингах конкурентоспособности.
21. Основные концепции конкурентной борьбы.
22. Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса.
23. Особенности конкурентной среды в Республике Беларусь.
24. Понятие ценовой и неценовой конкуренции.

25. Принципы и основные составляющие конкурентной политики в Республике Беларусь.
26. Роль государства в формировании конкурентной среды.
27. Сравнительный анализ конкурентоспособности бывших соцстран: Беларусь, Молдова, Украина и Балканские страны, не вступившие в ЕС.
28. Сравнительный анализ конкурентоспособности бывших соцстран: Беларусь, Молдова, Украина и страны Центральной Азии.
29. Сравнительный анализ конкурентоспособности бывших соцстран: новые члены ЕС и страны СНГ.
30. Сравнительный анализ конкурентоспособности бывших соцстран: Прибалтийские страны и Республика Беларусь.
31. Факторы конкурентоспособности отрасли.
32. Факторы конкурентоспособности предприятия.
33. Факторы конкурентоспособности продукции.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЧАСТЬ

Литература:

Основная:

1. Беларусь. Показатели внешней торговли и конкурентоспособность: аналитические записки по вопросам экономической политики Беларуси: аналитическая записка № 2: 25 июня 2010 г. / Департамент по управлению экономикой и борьбе с бедностью, Регион Европы и Центральной Азии. - [Б. м.: б. и., 2010]. - VIII, 50, VI, 41 с. встречной пагинации – (Документ Всемирного банка : доклад ; № 54371-ВУ).
2. Глобальная конкурентоспособность: на стол современному руководителю / Р. А. Фатхутдинов. - Москва: Стандарты и качество, 2009. - 463 с.
3. Инновации как средство обеспечения конкурентоспособности организации / В. П. Медведев. - Москва: Магистр, 2009. - 158, [1] с.
4. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий в контексте сетевого сотрудничества и государственно-частного партнерства / Г. А. Яшева. - Витебск: ВГТУ, 2010. - 372 с.
5. Конкурентоспособность Беларуси, России и Украины в мировом сообществе / П. Г. Никитенко, Л. А. Платонова. - Минск: Право и экономика, 2011. - 294 с.
6. Конкурентоспособность и самоорганизация на международных рынках / Л. А. Платонова. - Минск: Право и экономика, 2010. - 339, [1] с.
7. Конкурентоспособность национальной экономики Республики Беларусь в системе международных экономических отношений: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: 08.00.14 / Платонова Лариса Александровна. - Минск, 2011. - 40 с.
8. Конкурентоспособность перерабатывающих предприятий АПК: экономическая сущность и механизм управления / Н. П. Драгун, Е. М. Карпенко. - Гомель: Гомельский государственный технический университет, 2009. - 246 с.
9. Конкурентоспособность предприятий и регионов в глобальной экономике / Министерство образования Республики Беларусь, Учреждение образования "Гродненский государственный университет им. Я. Купалы": сборник научных статей: в 2 ч.. - Гродно: ГрГУ, 2009.
10. Конкурентоспособность предприятия / Н. В. Немогай. - Минск: ТетраСистемс, 2010. - 112 с. – (Ответы на экзаменационные вопросы).
11. Конкурентоспособность предприятия. Учебно-методический комплекс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальностям "Экономика и управление на предприятии", "Маркетинг" / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич, В. В. Садовский. - Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2009. - 259 с.
12. Конкурентоспособность продукции и продовольственная

безопасность. Теоретические и практические аспекты / З. М. Ильина, Н. Н. Батова. - Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. - 119 с.

13. Конкурентоспособность промышленного производства: социально-экономический аспект / А. А. Двигун. - Донецк: ИЕП НАН Украины, 2008. - 324 с.

14. Конкурентоспособность России в условиях глобализирующегося мира / З. Т. Алиев. - Москва: [б. и.], 2009. - 180 с.

15. Конкуренция и конкурентные стратегии: (в структурно-логических схемах): учебно-методическое пособие / Ю. В. Тарануха. - Москва: Дело и Сервис, 2008. - 266 с.

16. Конкуренция на разных уровнях / О. Н. Аблязова, С. В. Павловская, В. В. Почекина: Право и экономика, 2008. . - Минск - 158 с.

17. Конкуренция: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. - Москва: Альфа-Пресс, 2009. - 340, [1] с.

18. Корпоративная стратегия: [сборник статей: перевод с английского / редактор О. Нижельская]. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. - 265 с.

19. Лучко М.Л. Конкурентные стратегии транснациональных компаний в 90-е гг. XX - начале XXI в. – М.: ТЕИС, 2004. - 256с.

20. Международная конкуренция: курс лекций / С. П. Мармашова. - Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2010. - 157 с.

21. Модернизация и конкурентоспособность российской экономики / [А. В. Барышева и др.]. - Санкт-Петербург: Алетейя, 2010. - 365 с.

22. Мясникович, М. В. Наука и инновации – основа долгосрочной конкурентоспособности Республики Беларусь / М. В. Мясникович // Экономика Беларуси. – 2010. - № 1. – С. 44-50.

23. Мясникович, М. В. Повышение ресурсо- и энергоэффективности – важнейший фактор конкурентоспособности экономики Республики Беларусь в условиях мирового экономического кризиса / М. В. Мясникович // Экономика Беларуси. – 2009. - № 2 (19).

24. Мясникович, М. В. Структурная политика и модернизация экономики Республики Беларусь: сб. науч. тр. / М. В. Мясникович. – Минск : Беларуская навука, 2011. – 356 с.

25. Национальная конкурентоспособность Беларуси: Отвечая на современные вызовы / Под. ред. И. Пелипася. – Минск: «Белпринт», 2010. – 200 с.

26. Основные направления повышения конкурентоспособности машиностроительного комплекса Республики Беларусь: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Хамчуков Дмитрий Юрьевич. - Минск, 2008. - 23 с.

27. Повышение конкурентоспособности машиностроительных предприятий путем реструктуризации: (корпоратизация и оптимизация рынков): монография / В. В. Новик, Хассуни Насер Шамах. - Минск:

Издательский центр БГУ, 2009. - 243 с.

28. Предпринимательство как фактор повышения конкурентоспособности национальной экономики / [В. В. Николаевский и др.]. - Минск: Право и экономика, 2009. - 135, [1] с.

29. Теория конкуренции / Б. В. Сорвилов, А. М. Баранов, Е. А. Западнюк: учебно-методический комплекс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям. - Москва: Интеграция, 2011. - 221 с.

30. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. - Москва: Омега-Л, 2008. - 323, [2] с.

Дополнительная:

31. Аутсорсинг в системе обеспечения конкурентоспособности современной предпринимательской структуры: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Татьянок Михаил Викторович. - Москва, 2008. - 25 с.

32. Беларусь. Производительность и конкурентоспособность сельского хозяйства: влияние государственной поддержки и регулирования рынков, сентябрь 2009 г. / Отдел сельского хозяйства и развития сельских регионов, Департамент устойчивого развития, Регион Европы и Центральной Азии: Издательский центр Белорусского государственного университета, 2009. . - Минск - X, 114 с. – (Документ Всемирного банка : доклад ; № 48335-VY).

33. Брендинг как фактор формирования корпоративных конкурентных преимуществ: (зарубежный опыт и российская специфика): 08.00.14 / Якубова Татьяна Николаевна. - Москва, 2009. - 22 с.

34. Взаимодействие России со странами СНГ как фактор ускорения экономического развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: 08.00.14 / Промский Николай Иванович. - Москва, 2009. - 52 с.

35. Влияние инновационной деятельности на повышение конкурентоспособности экономики в условиях институциональных изменений: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.01 / Ковалёва Эльвина Рустамовна. - Казань, 2011. - 24 с.

36. Влияние международного разделения труда в условиях глобализации на конкурентоустойчивость акторов-резидентов российского рынка: (на примере предприятий автомобильной промышленности): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.14 / Акопов Николай Эдуардович. - Ростов-на-Дону, 2008. - 26 с.

37. Кластерная стратегия управления промышленными

предприятиями как фактор повышения конкурентоспособности: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Жданова Олеся Игоревна. - Москва, 2008. - 28 с.

38. Конкурентоспособность региональной экономики: проблемы и перспективы развития: сборник материалов межвузовской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, Брест, 25 ноября 2010 года / [редколлегия: Н. В. Борсук и др.]. - Брест: БрГУ, 2010. - 275 с.

39. Конкурентоспособность России в условиях глобализации и формирование государственной конкурентной политики: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук: 23.00.02 / Алиев Заур Табризович. - Москва, 2009. - 25 с.

40. Конкурентоспособность российских предприятий в современных рыночных условиях: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.01 / Шibaкова Татьяна Владимировна. - Москва, 2009. - 23 с.

41. Конкурентоспособность транснациональных корпораций в условиях глобализации: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: 08.00.14 / Кони́на Ната́лия Юрьевна. - Москва, 2009. - 57 с.

42. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: монография / [Е. Г. Киреенко и др.]. - Минск: БГПУ, 2010. - 279 с.

43. Крук, Д. Влияние глобального экономического кризиса на экономику Беларуси / Д. Крук, И. Точицкая, Г. Шиманович // Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ WP/09/03. – 2009.

44. Крук, Д. Влияние мирового финансового кризиса на конкурентные позиции Беларуси на российских товарных рынках / Д. Крук // Материал Белорусского института стратегических исследований BISS. – 2009.

45. Крук, Д. Конкурентные позиции Беларуси на российском рынке в период кризиса и вызовы для экономической политики / Д. Крук // Материалы международной конференции «Новые свойства посткризисной экономики. Место Беларуси в посткризисном мире» / Под. ред. М. М. Ковалева. – Минск: БГУ, 2009. – С. 56-67.

46. Международная производственная кооперация и ее влияние на конкурентоспособность продукции: (на примере обувной промышленности Китайской Народной Республики и Республики Беларусь): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.14. - Минск, 2012. - 23 с.

47. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография / Л. Н. Чайникова. - Тамбов: Издательство ТГТУ, 2008. - 147, [1] с.

48. Механизм повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций на основе интеграции: (на примере реформированных организаций Гомельской области): диссертация на

соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05: защищена 23.12.09: утверждена 05.05.10 / Пархоменко Наталья Вячеславовна. - Гомель, 2009. - 262, [7] л.

49. Молодежь и конкурентоспособность региональной экономики: сборник материалов межвузовской научно-практической студенческой конференции, Брест, 21 мая 2010 года / [редколлегия: Н. В. Борсук, Н. И. Зайцева, Т. А. Горупа]. - Брест: БрГУ, 2010. - 290 с.

50. Обеспечение конкурентоспособности и производственного превосходства в малом предпринимательстве: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Захир Марина Борисовна. - Новосибирск, 2009. - 22 с.

51. Особенности обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в условиях кризиса: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Забегин Андрей Викторович. - Тамбов, 2009. - 22 с.

52. Оценка конкурентоспособности как инструмент стратегического управления промышленным предприятием: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством / Фокина Елена Владимировна. - Ростов-на-Дону, 2012. - 25 с.

53. Повышение качества систем управления как условие конкурентоспособности предпринимательских структур: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.05. - Москва, 2012. - 24 с.

54. Повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса Казахстана в сфере услуг: (на материалах Карагандинской области): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ризаева Нагима Махсатовна. - Караганда, 2008. - 28 с.

55. Повышение конкурентоспособности предпринимательских структур в системе стратегического управления: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством / Машкова Людмила Игоревна. - Москва, 2011. - 25 с.

56. Повышение конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации: (на примере шинной промышленности): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Тимофеев Алексей Иванович. - Воронеж, 2008. - 23 с.

57. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе инновационной модели развития: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: 08.00.05 / Вайсман Елена Давидовна. - Челябинск, 2011. - 40 с.

58. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях кризиса: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Батин Евгений

Иванович. - Воронеж, 2010. - 23 с.

59. Повышение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства с использованием системы сбалансированных показателей: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Лаврентьев Владимир Владимирович. - Ростов-на-Дону, 2011. - 26 с.

60. Повышение международной конкурентоспособности российского машиностроения на основе использования опыта германских машиностроительных предприятий: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.14 / Генюк Дмитрий Евгеньевич. - Санкт-Петербург, 2011. - 19 с.

61. Процесс реализации стратегии повышения конкурентоспособности Республики Казахстан: приоритеты и пути решения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ерназарова Зайфун Алтынбековна. - Караганда, 2008. - 28 с.

62. Пути повышения конкурентоспособности национальной экономики: опыт Финляндии и его применимость в российских условиях: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.14 / Тетерин Михаил Алексеевич. - Москва, 2010. - 21, [1] с.

63. Резервы повышения конкурентоспособности предприятия: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Кожухов Владимир Иванович. - Саратов, 2008. - 21 с.

64. Роль экономических кластеров в повышении конкурентоспособности регионов РФ: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Бородина Елена Александровна. - Волгоград, 2008. - 24 с.

65. Стратегическое управление конкурентным потенциалом предприятия: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Паладова Татьяна Анатольевна. - Краснодар, 2008. - 24 с.

66. Стратегия повышения конкурентоспособности промышленного предприятия на основе маркетинговых исследований товарного рынка: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Пивкин Даниил Владимирович. - Саранск, 2008. - 19, [1] с.

67. Стратегия повышения конкурентоспособности промышленности в условиях формирования новой экономики: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: 08.00.05 / Попадюк Татьяна Геннадьевна. - Москва, 2009. - 50 с.

68. Теория и методология управления конкурентоспособностью региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора

экономических наук: 08.00.05 / Проскура Дмитрий Викторович. - Санкт-Петербург, 2009. - 35 с.

69. Формирование и оценка конкурентоспособной ассортиментной политики промышленных предприятий в Республике Беларусь: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05: защищена 10.06.10: утверждена 24.11.10 / Коцур Михаил Владимирович. - Минск, 2009. - 156, [7] л.

70. Формирование конкурентной стратегии организации: (на примере розничных торговых организаций г. Гомеля): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Яцевич Наталья Владимировна. - Минск, 2010. - 23 с.

71. Формирование конкурентных преимуществ российских ТНК: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.14 / Ильина Ольга Михайловна. - Москва, 2009. - 26 с.

72. Экономико-географическая оценка факторов конкурентоспособности трансграничного региона: (на примере белорусско-российского пограничья): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук: специальность 25.00.24 Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география / Шадраков Алексей Васильевич. - Минск, 2012. - 21 с.

73. Экономические основы формирования механизма оценки конкурентоспособности автотранспортных услуг: монография / Р. Б. Ивуть, А. Ф. Зубрицкий. - Минск: БНТУ, 2010. - 307, [1] с.

74. Эффективность и конкурентоспособность организаций торговли: пособие / А. З. Коробкин. - Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2010. - 80 с.

На английском языке:

75. Adhikari, Ratnakar, and Malathy Knight-John, 'What type of competition policy and law should a developing country have?' *South Asia Economic Journal*, 2004, 5 (1):1-25.

76. Bush, Nathan, 'Chinese competition policy – it takes more than a law', *The China Business Review*, 32: 30-34.

77. Cho, Dong-Sung, and Hwy-Chang Moon, *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory*, Singapore/New Jersey/London/Hong Kong: World Scientific, 2000.

78. De Grauwe, Paul, *Dimensions of Competitiveness*, Cambridge, MA: The MIT Press, 2010.

79. Doern, G. Bruce, and Stephen Wilks, *Comparative Competition Policy: National Institutions in a Global Market*, Oxford: Clarendon Press, 1996.

80. Elkus, Richard, *Winner Take All: How Competitiveness Shapes the Fate of Nations*, New York: Basic Books, 2008.

81. Ellison, David, 'Competitiveness strategies, resources struggles, and national interest in the New Europe', *The Carl Beck Papers in Russian and East*

European Studies, No. 1901, University of Pittsburgh, 2008.

82. Estrin, Saul, and Peter Holmes (eds.), *Competition and Economic Integration in Europe*, Cheltenham and Northampton: Edward Elgar, 1998.

83. Fingleton, John, Damien J. Neven, and Paul Seabright, *Competition Policy and the Transformation of Central Europe*, London: Centre for Economic Policy Research, 1996.

84. *Global Competitiveness Report 2011-2012*, Geneva: World Economic Forum, 2012.

85. *Industrial Competitiveness*, Paris: OECD, 1996.

86. Krajnyák, Kornélia, and Jeromino Zettelmeyer, 'Competitiveness in Transition Economies: What Scope for Real Appreciation', *IMF Staff Papers*, 45 (June): 309-362.

87. Krugman, Paul, Roger Altman, Jagdish Bhagwati, Stephen Cohen, Clyde Prestowitz Jr, Rudolf Sharping, Benn Steil, Lester Thurow, Alan Tonelson, *Competitiveness: An International Economics Reader*, New York: Foreign Affairs, 1994.

88. Krugman, Paul. 'Making sense of the competitiveness debate', *Oxford Review of Economic Policy*, 1996, 12 (3): 17-25.

89. Lloyd-Reason, Lester, Stuart Wall (eds.), *Dimensions of Competitiveness: Issues and Policies*, Cheltenham: Edward Elgar, 2000.

90. Mitschke, Andreas, *The Influence of National Competition Policy on the International Competitiveness of Nations: A Contribution to the Debate on International Competition Rules*, Heidelberg: Physica-Verlag, 2008.

91. Porter, Michael, Christian Ketels, Mercedes Delgado, and Richard Bryden, *Competitiveness at the Crossroads: Choosing the Future Direction of the Russian Economy*, Cambridge, MA: Harvard Business School, 2007 (http://www.isc.hbs.edu/pdf/Russia_Competitiveness_Crossroads_Dec2007.pdf)

92. Porter, Michael. *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Macmillan, 1990.

93. Winiecki, Jan, *Competitiveness of New Europe: Papers from the Second Lancut Economic Forum*, London: Routledge, 2009.

World Competitiveness Yearbook 2011, Lausanne: IMD, 2011.

РАЗДЕЛ 4.

УЧЕБНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА «Конкурентные стратегии»

Традиционной формой преподнесения материала является лекция. Курс лекций по предмету дает необходимую информацию по изучению закономерностей и тенденций развития современной мировой экономики в разрезе изучения экономики отдельных стран и регионов.

Семинарское занятие представляет собой коллективное обсуждение студентами изученного материала, с целью систематизации, обобщения и проверки знаний, полученных на лекциях, консультациях и в ходе самостоятельной работы.

К каждому занятию предлагается ряд вопросов для самостоятельного изучения, при этом преподаватель акцентирует внимание студентов на важнейших моментах, разъясняет, как связать теоретический опыт с практическими примерами.

В процессе подготовки к занятиям и непосредственно на них студенты должны получить навыки самостоятельной работы с литературой: монографиями, периодическими и справочными изданиями; приобрести опыт публичных выступлений и ведения дискуссии. Успех семинарского занятия во многом зависит от подготовленности к нему студентов и их активного участия.

Ответы на вопросы должны быть аргументированными и сопровождаться конкретными примерами. Поощряется использование студентами при выступлении на семинарском занятии раздаточного материала, плакатов и других наглядных средств, способствующих усвоению предмета.

Работа студентов на семинарских занятиях оценивается преподавателем и является неотъемлемой частью при подведении итоговых результатов на зачете.

Изучение литературы может завершаться ее представлением в разной форме. Письменно - в виде реферативного обзора, эссе. Устно на семинарском занятии - в виде презентации, доклада, дискуссии.

Реферативный обзор публикаций на тему составляется в виде краткого резюме содержания каждого прочитанного источника по данной теме. Объем такого резюме, не более ½ стр. по каждому источнику (или по 1 ст. на каждые 10-15 стр. текста).

Эссе представляет собой краткое изложение ответа на поставленный проблемный вопрос, включая мнение самого автора и информацию из других источников. Для ответа студент должен сопоставить несколько мнений по

данному вопросу, выработать и сформулировать собственное мнение и обосновать его. Объем эссе составляет 4-5 стр.

Доклад – более традиционное и формальное представление материала в устной форме. Однако доклад не должен быть простым пересказом собранной информации, в нем должна присутствовать основная проблема, ее доказательство и выводы.

Дискуссия – коллективная форма устного представления информации. Обычно дискуссию готовит один или несколько человек, представляющих основные вопросы темы и точки зрения. Остальные участники дискуссии высказывают свои мнения и суждения. Для организации дискуссии должен быть ведущий, в обязанность которого входит предоставление слова разным участникам, сдерживание эмоциональных реакций участников и подведение итогов обсуждения.

Методические рекомендации к написанию эссе

Эссе является важнейшим заданием для студента и представляет собой краткое изложение ответа на поставленный проблемный вопрос, включая мнение самих авторов.

Его **цель** состоит в формировании умения выработать и корректно аргументировать свою точку зрения на новые для автора (а часто и объективно спорные) проблемы. То есть делать именно то, что составляет значительную часть практической работы любого экономиста. Для ответа нужно сопоставить несколько мнений по данному вопросу, выработать и сформулировать собственное мнение и обосновать его. Само написание эссе предполагает работу в спокойной домашней обстановке, когда есть возможность еще раз просмотреть учебную литературу, сопоставлять знания, полученные в разных частях курса, привлечь дополнительные источники информации. При написании эссе студент должен стремиться создать максимально сжатый текст, затрагивающий, однако, все основные аспекты проблемы. Важно понимать при этом, что особо ценится свежий взгляд на проблему

Эссе должно содержать постановку проблемы; выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме (оценку изученных источников); список использованной литературы (указывается только та литература, которой фактически пользовался автор; все случаи использования источников (цитаты, сведения, оценки и т.д.) отмечаются ссылками в виде сносок или примечаний с указанием страниц источника).

Объем эссе не должен превышать 5-6 страниц текста. Включение в эссе материалов, не имеющих прямого отношения к теме, а также использование текстов, заимствованных из Интернета, служит основанием для снижения общей оценки или признания работы не соответствующей требованиям.

Критерии оценки эссе: самостоятельность выполнения работы, способность аргументировано защищать основные положения и выводы; эссе, выполненное несамостоятельно, по другим критериям не оценивается; соответствие формальным требованиям (структура, наличие списка литературы, сносок, грамотность изложения), уровень освоения темы и изложения материала: обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать выявленные факты, логика изложения; четкость и содержательность.

РАЗДЕЛ 5. ФОРМА КОНТРОЛЯ

Итоговый контроль.

Для контроля усвоения дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен.

Экзамен по предмету «Конкурентные стратегии» проводится в устной форме по экзаменационным билетам.

Текущий контроль.

В течение семестра студентами на основе самостоятельной работы с научной и периодической литературой выполняются рефераты, доклады, эссе.

В содержательном аспекте итоговая оценка на экзамене основывается на программе курса и делится на две части:

- 1) Оценка работы студента в течение семестра, включающая посещаемость, активность на занятиях, тестирование – 0,4 итоговой оценки
- 2) задания, связанные с написанием рефератов, подготовки докладов – 0,1 итоговой оценки
- 3) задания на проверку остаточных теоретических знаний по курсу на экзамене – 0,5 итоговой оценки.

Для оценки результатов экзамена используется шкала. Максимально возможное количество баллов равно 10.

Экзаменуемые имеют право пользоваться во время проведения экзамена учебной программой курса. Результаты экзамена объявляются, как правило, в день его проведения и заносятся в зачетную книжку экзаменуемого и экзаменационную ведомость.

Студенты, не выполнившие в полном объеме требования по изучению данной дисциплины, не допускаются кафедрой к сдаче экзамена.