

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Міжнародні конкурентні стратегії і моделі економічного розвитку

(назва навчальної дисципліни)

ПРОГРАМА

**навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії**

зі спеціальності 051 «ЕКОНОМІКА»

(шифр і назва спеціальності)

**РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: ХАРКІВСЬКИМ НАЦІОНАЛЬНИМ ЕКОНОМІЧНИМ
УНІВЕРСИТЕТОМ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ КАФЕДРОЮ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

(повне найменування вищого навчального закладу, кафедри)

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: д.е.н., проф. Шталь Т.В.

Обговорено та рекомендовано до затвердження Вченою радою
“25” квітня 2016 року, протокол №9

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Міжнародні конкурентні стратегії і моделі економічного розвитку» складена відповідно до освітньо-наукової програми підготовки докторів філософії зі спеціальності «Економіка».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є організаційно-управлінський механізм відносин у сфері стратегічного управління міжнародним бізнесом суб'єкта господарювання, принципи, методи та інструментарій формування міжнародних конкурентних стратегій.

Міждисциплінарні зв'язки: «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Міжнародна економіка», «Економічна кібернетика», «Стратегічне управління», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

Програма навчальної дисципліни складається з одного змістового модуля:

1. Міжнародні конкурентні стратегії і моделі економічного розвитку

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Міжнародні конкурентні стратегії і моделі економічного розвитку» є формування у студентів компетентностей щодо формування та реалізації конкурентних стратегій бізнесу на міжнародному ринку.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Міжнародні конкурентні стратегії і моделі економічного розвитку» є:

вивчити стратегії бізнесу та концептуальні питання їх розробки;

вивчити принципи і особливості стратегічного розвитку компанії;

розглянути основні форми і способи інтернаціоналізації бізнесу в умовах глобалізації;

вивчити основні стратегії міжнародного розвитку компанії;

розглянути основні стратегії виходу і закріплення компаній і фірм на зарубіжних ринках;

вивчити методи оцінки і вибору прийнятної міжнародної бізнес-стратегії.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-наукової програми здобувачі освітньо-наукового ступеня "доктор філософії" набувають таких компетентностей:

Здатність приймати раціональні управлінські рішення щодо розробки міжнародних конкурентних стратегій підприємства;

Здатність забезпечувати ефективне функціонування транснаціональних компаній.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин 5 кредитів ЄКТС.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Тема 1. Сутність і характерні риси міжнародного стратегічного менеджменту

1.1. Сутність, характеристика та основні етапи розвитку стратегічного міжнародного менеджменту.

Поняття, цілі і завдання міжнародного стратегічного менеджменту. Фактори, що впливають на ділові операції як основу міжнародного бізнесу. Види міжнародного бізнесу. Завдання міжнародного стратегічного менеджменту. Відмінності між внутрішньою і міжнародною діяльністю компанії.

1.2. Середовище ведення міжнародного бізнесу.

Правова, економічна, політична середовища і сучасні політичні системи, політико-економічний синтез, людська і культурне середовище. Проблеми адаптації бізнесу до іноземної середовища.

1.3. Складові аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища міжнародного бізнесу.

Оцінка і вибір країни при розміщенні бізнесу. Сканування альтернатив прийняття рішень про розміщення. Місткість ринку, простота ведення справ і сумісність, витрати, дохід на капітал, ризики. Інструменти, використовувані для порівняння країн

Тема 2. Стратегічне планування в міжнародній фірмі: формування та реалізація міжнародних стратегій

2.1. Різновиди бізнес-стратегій підприємства на міжнародному ринку.

Стратегічні альтернативи багатонаціональних компаній: стратегія дублювання вітчизняної бізнес-моделі, мультилокальна, глобальна, транснаціональна стратегія.

2.2. Функції управління в міжнародному бізнесі

Управління функцією контролю в міжнародних компаніях (впровадження систем контролю, основні методи контролю, поведінкові аспекти міжнародного контролю)

Види стратегічного управління (виділення видів стратегічного управління, управління шляхом вибору стратегічних позицій, ранжирування стратегічних завдань, «по слабких сигналах», в умовах стратегічних несподіванок

2.3. Види міжнародних стратегій та методи їх вибору.

Елементи міжнародної стратегії, етапи формування та реалізації. Рівні міжнародної стратегії: корпоративна (орієнтації на один вид діяльності, пов'язаної диверсифікації, незв'язаної диверсифікації), бізнес (диференціації, лідерство за витратами, фокусування), функціональні (фінансова, маркетингова, виробнича, управління людськими ресурсами, науково-дослідних і проектно-конструкторських робіт).

Тема 3. Міжнародні організаційні структури та функція контролю в міжнародному бізнесі

3.1. Сутність та особливості формування міжнародної організаційної структури.

Поняття міжнародної організаційної структури. Характеристика впливу міжнародних ділових операцій на організаційну структуру компанії.

Глобальні організаційні структури (сутність, переваги, недоліки, умови і приклади використання компаніями): продуктова, географічна, функціональна, матрична, орієнтована на споживача, змішаного типу.

Аспекти формування організаційної структури багатонаціональними компаніями: централізація і децентралізація в управлінні дочірніми підприємствами, роль ради директорів у дочірньої компанії, координація дій підрозділів компанії.

3.2. Рівні та функції контролю в міжнародному бізнесі.

Стратегічний, організаційний, операційний контроль.

Характеристика способів проникнення компаній на зарубіжні ринки (фактори вибору, переваги та недоліки, механізми).

Поняття міжнародного стратегічного альянсу, альянсову мережу. Типи міжнародних стратегічних альянсів, способи управління міжнародним стратегічним альянсом, переваги та недоліки. Складності завдань і складності функціонування міжнародних стратегічних альянсів.

Тема 4. Стратегії міжнародного розвитку компаній

4.1. Розробка міжнародних бізнес-стратегій підприємства

Основні причини вибору міжнародних стратегій: фактори виштовхування і фактори втягування.

Основні напрямки міжнародного стратегічного розвитку: дочірнє підприємство в повній власності; спільне підприємство; ліцензування; договір про франшизу (франчайзинг); офшорне виробництво; експорт та імпорт.

4.2. Міжнародні стратегії та фінансове планування.

Основні фінансові проблеми при розробці та реалізації міжнародної стратегії: недостатня кількість для міжнародної діяльності грошових коштів; непостійність обмінних курсів валют; переоцінка валют; національні особливості оподаткування; проблеми вивозу грошових коштів з країни-господаря; проблеми цін при внутрішньофірмової передачі; оцінка показників іноземних дочірніх фірм.

Тема 5. Транснаціоналізація світової економіки і формування глобальних бізнес-мереж

5.1. Транснаціональні корпорації – суб'єкти міжнародних економічних відносин.

Причини і результати транснаціоналізації світової економіки. Сутність і ознаки ТНК, міжнародні рейтинги ТНК. Причини і джерела технологічного та інноваційного переваги ТНК. Глобальні бізнес-мережі.

5.2. Інвестиційна діяльність ТНК.

Основні форми руху транснаціонального капіталу: грошові та фінансові потоки, пов'язані з торгівлею товарами, послугами, комерційними угодами, кредитними операціями; прямі іноземні інвестиції; портфельні інвестиції

Тема 6. Конкурентні і глобальні стратегії ТНК

6.1. Основні способи формування глобальних мереж ТНК.

Модель формування ділової стратегії. Передумови формування глобальної стратегії і етапи глобалізації компанії. Ступінь глобалізації галузі та вибір виду глобальної стратегії.

6.2. Основні етапи формування глобальної стратегії .

Загальна стратегія; ділова стратегія; функціональна стратегія і завдання, які вирішують ТНК на кожному етапі. Глобальна стратегія і довгострокова конкурентоспроможність компанії. Класифікація компаній по довгостроковим стратегічним орієнтирам і намірам.

3. Рекомендована література

3.1. Основна

1. Лисиця Н.М., Полякова Я.О., Базалієва Л.В., Піддубна Л.І. Міжнародний бізнес: теорія і практика [Текст] : монографія. – Х. : ХНЕУ, 2008. – 139 с.

2. Піддубний І.О., Астахова І.Е., Бондаренко Л.М., Лисиця Н.М., Піддубна А.І., Резнікова Т.О., Стахорська С.І. Міжнародний менеджмент: навч. посіб. / за ред. І.О. Піддубного; Харківський національний економічний університет. – [2-е вид., стереотип.]. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 250 с.

3. Кузнецов Б. Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 624 с.

3.2. Додаткова

1. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес, 4-е изд./Пер. с англ. Под ред. А.Г. Медведева.-СПб.: Питер, 2006.

2. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива.СПб.:Наука,1996

3. Международный менеджмент. Учебник для вузов/Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича, А.И. Майзеля.- СПб: Издательство «Питер», 2000.- 624.

4. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях/ под ред. В.М. Попова. М.:Финансы и статистика, 2001.

5. Мировая экономика и международный бизнес:учебник.-2-е издание/под общ.ред.В.В. Полякова и Р.К. Щенина. М.: КНОРУС, 2003.-с.656

6. Вилков Н.О., Вилков И.Н. Стратегии менеджмента: Учебное пособие по магистерской программе «Международный бизнес» направления «Менеджмент». Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. - 242 с

7. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 415 с.

8. Черкашов Е.М. Международный бизнес: Учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. 496 с

9. Черкашов Е.М. Международный бизнес: Практикум. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета,2007. 168 с.

10.Портер М. Международная конкуренция : Пер . с англ. Под ред. И с предисловием В.Д. Щетинина . - М.: Международные отношения, 1993.- 896 с.

11. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент:концепции и ситуации М.: ИНФРА-М, 2001.

12. Ерохин В. Л.Международное предпринимательство: учеб. пособие /В.Л. Ерохин. — М.: Финансы и статистика; Ставрополь: АГРУС, 2008. - 392 с.

13. Ноздрева Р.Б. и др. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 17- модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 10.- М.: «ИНФРА-М», 1999.- 432 с.

14. Суэтин А.А. Международные валютно-финансовые и кредитные отношения: Учебник/А.А. Суэтин.- Ростов н/Д: Феникс, 2010.-411с.

15. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие.-3-е издан, испр. и доп.-М.: Издательство ГНОМ и Д, 2001.-304 с.

16. Аакер Д. Создание сильных брендов/Дэвид А. Аакер-М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003.-440 с.

17. Аакер Д.А. Брэнд-лидерство: новая концепция брэндинга / Дэвид Аакер, Э. Й. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. - 380 с.

18. Акулич М.В. Некоторые глобальные стратегии международного бизнеса и международного маркетинга//Маркетинг в России и за рубежом.-2006.-№1.

19. Братимов О., Горский Ю., Делягин М., Коваленко А. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи- М.: ИНФРА-М, 2000.- 344 с.

20. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное :учеб.пособие.М.: Консалтбанкир,2002.

3.3. Ресурси мережі Internet

21. Организация Объединенных Наций(ООН)- United Nations(UN). - Режим доступу: <http://www.un.org/>
22. Организация Объединенных Наций по промышленному развитию(ЮНИДО) - Industrial Development Organization(UNIDO) - Режим доступу: <http://www.unido.org/>
23. Конференция ООН по торговле и развитию(ЮНКТАД)- United Nations Conference on Trade and Development(UNCTAD). - Режим доступу: <http://www.unctad.org/>
24. Международный валютный фонд(МВФ)- International Monetary Fund – IMF. - Режим доступу: <http://www.imf.org>
25. Всемирный Банк (World Bank). - Режим доступу: <http://www.worldbank.org>
26. Всемирная торговая организация(ВТО)- World Trade Organization (WTO). - Режим доступу: <http://www.wto.org/>
27. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС)- World Intellectual Property Organization (WIPO). - Режим доступу: <http://www.wipo.org>
28. Организация экономического сотрудничества и развития(ОЭСР) –Organization for Economic Cooperation and Development(OECD). - Режим доступу: <http://www.oecd.org/>
28. Всемирный экономический форум - World Economic Forum. - Режим доступу: <http://www.weforum.org>
29. Европейский Союз(ЕС) – European Union(EU). - Режим доступу: <http://www.eu.com>
30. Информационная система ЕС – European Community Information Service - Режим доступу:[http:// www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
31. Североамериканская ассоциация свободной торговли(НАФТА)- North American Free Trade Agreement(НАФТА). - Режим доступу: <http://www.yahoo.com/business and economy/north american free trade agreement-nafta>
32. Ассоциация стран Юго-Восточной Азии(АСЕАН)- Association of Southeast Asian Nations(ASEAN). - Режим доступу: <http://www.asean.or.id>
- Азиатско-Тихоокеанское экономическое содружество(АТЭС) -Asia-Pacific Economic Cooperation(APEC). - Режим доступу: <http://www.apec.org>

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання - диференційований залік

5. Засоби діагностики успішності навчання: оцінювання знань студента під час експрес-опитування за темою лекційного заняття; оцінка рівня виконання реферативних робіт, проведення поточного тестування знань студентів, проведення поточного проміжного контролю, проведення підсумкового письмового заліку.