

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Факультет Международная школа бизнеса

Кафедра истории экономической науки

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Международный стратегический менеджмент

(название дисциплины)

Направление подготовки 080100 Экономика

Программа подготовки Международные корпоративные финансы (на английском языке)

Квалификация (степень) выпускника Магистр

Москва - 2011

Цель дисциплины

Цель дисциплины – ознакомить студентов с основными понятиями, схемами и методами современного стратегического анализа как способа определения и развития конкурентных преимуществ компании.

Учебные задачи дисциплины

- определить фундаментальные факторы, определяющие успех в бизнесе;
- сформировать навыки анализа конкурентных преимуществ посредством идентификации, развития и использования ресурсов и способностей компании;
- научиться формулировать стратегию, основанную на выявленных конкурентных преимуществах.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-1 способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень;

ОК-2 способность к самостоятельному освоению новых методов исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-3 способность самостоятельно приобретать (в том числе с помощью информационных технологий) и использовать в практической деятельности новые знания и умения, включая новые области знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;

ОК-4 способность принимать организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность, в том числе в нестандартных ситуациях;

ОК-5 способность свободно пользоваться иностранными языками как средством профессионального общения;

ОК-6 владеть навыками публичной и научной речи.

ПК-1 способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований;

ПК-2 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;

ПК-3 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;

ПК-4 способность представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада;

ПК-5 способность самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;

ПК-6 способность оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности;

ПК-8 способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне;

ПК-9 способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов;

ПК-11 способность руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти;

ПК-12 способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности;

ПК-13 способность применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин в высших учебных заведениях;

В результате изучения дисциплины студенты должны приобрести следующие знания, умения и навыки:

Знать:

- основные результаты новейших исследований по проблемам экономики (ОК-1, ОК-2);
- основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития (ОК-3);
- значение стратегии для бизнеса, роль ценностей, видения и миссии компании (ПК-11);
- детерминанты прибыли в отрасли: спрос и конкуренция (ПК-8);
- методики анализа привлекательности отрасли, в том числе модель пяти конкурентных сил Портера (ПК-3);
- методику анализа отраслевой структуры (ПК-9);
- методику анализа конкурентов и анализа сегментации рынка, особенности вертикальной сегментации (ПК-6, ПК-9);
- методику стратегического группового анализа (ПК-3, ПК-8);
- роль ресурсов и способностей в формулировании стратегии (ПК-3, ПК-9);
- принципы формирования организационной структуры (ПК-5, ПК-11);
- обстоятельства, при которых фирма сможет создавать конкурентное преимущество перед соперниками (ПК-6);
- как способность к реагированию и инновациям могут создавать конкурентное преимущество (ОК-4);
- концепцию сравнительного национального преимущества и национальный "бриллиант" Портера (ПК-1);
- многонациональные стратегии: глобализация и национальная дифференциация (ПК-8);

Уметь:

- управлять развитием организации (ОК-4);
- осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений (ПК-5, ПК-11);
- формулировать миссию и видение компании (ОК-4, ОК-5, ОК-6);
- применять анализ отраслевой структуры для прогнозирования прибыльности отрасли (ПК-4, ПК-5);
- выявлять факторы динамики конкуренции (ПК-2, ПК-8);
- проводить все стадии анализа рыночной сегментации: определение переменных, построение матрицы, анализ привлекательности сегмента, определение факторов успеха в сегменте, выбор широты охвата сегментов (ПК-8, ПК-9);
- использовать результаты анализа конкурентов и анализа сегментации для формулировки стратегии (ПК-12, ПК-13);
- определять принадлежность компании к стратегической группе при стратегическом позиционировании (ПК-12);
- идентифицировать и оценивать ресурсы фирмы (ПК-11, ПК-12);
- использовать результаты анализа ресурсов и способностей для создания стратегий, опирающихся на внутренние сильные стороны фирмы и защищающие ее от внутренних слабостей (ПК-8);
- применять принципы организационного дизайна, позволяющие выбирать организационные структуры, соответствующие специфическим задачам бизнеса (ПК-11, ПК-12);

- прогнозировать, насколько конкуренция способна разрушить конкурентное преимущество посредством подражания (ПК-12);
- различать два основных типа конкурентного преимущества: по издержкам и дифференциации (ПК-12);
- применять анализ конкурентного преимущества для оценки бизнес-стратегии (ПК-11);
- оценивать влияние национальных факторов на конкурентное преимущество (ПК-12);

Владеть:

- методикой построения организационно-управленческих моделей (ПК-11);
- методологией и методикой проведения научных исследований (ПК-1, ПК-3,);
- подходами к постановке целей деятельности компании (ПК-12);
- навыками анализа конкурентов и анализа сегментации рынка (ПК-5, ПК-6);
- тактикой "подачи сигналов" в стратегическом управлении и взаимоотношениях конкуренции между фирмами (ПК-9);
- навыками оценки степени пригодности ресурсов и способностей компании для обеспечения устойчивого стратегического преимущества (ПК-12);
- практикой применения принципов организационной структуры (ОК-4, ПК-11, ПК-12);
- навыками анализа конкурентного преимущества в международном контексте (ПК-8).

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- *Содержание разделов дисциплины*

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты
	Понятие и уровни стратегии, основная схема стратегического анализа, включение принципов создания стоимости в стратегический анализ	Введение и цели. Роль стратегии в успехе компании. Основная схема стратегического анализа. Стратегическое соответствие. Краткая история стратегии бизнеса: Происхождение и предыстория, От корпоративного планирования к стратегическому менеджменту, Значение стратегии. Корпоративная стратегия и бизнес-стратегия. Как создается стратегия: планирование или возникновение? Различные функции стратегического менеджмента в фирме. Стратегия как подкрепление решения. Стратегия как механизм координации. Стратегия как цель. Роль анализа в формулировании стратегии. Цели, ценности и эффективность компании. Стратегия как стремление к стоимости. Включение принципов создания стоимости в стратегический анализ: Оценка существующей эффективности деятельности, Оценка альтернативных стратегий, Постановка целей деятельности. Ценности, миссия и видение.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-8, ПК-9, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знать: су основные основную анализа; стоимости принципы информации цели эффективн компании Владеть: стратегий представл предложенн проведенн конкурент методикам анализа характерн
	Анализ отраслевой структуры: анализ окружающей среды, анализ отрасли - конкуренция, привлекательность, структура и границы отрасли. Анализ конкурентных	От анализа окружающей среды к анализу отрасли. Детерминанты прибыли в отрасли: спрос и конкуренция. Анализ привлекательности отрасли. Применение анализа отраслевой структуры. Описание структуры отрасли. Прогнозирование прибыльности отрасли. Стратегии изменения отраслевой структуры. Определение отрасли: где провести границы между отраслями. Отрасли и рынки. Определение рынков: субституция спроса и предложения. От привлекательности отрасли к конкурентному преимуществу:	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-8, ПК-9, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знать: д отрасли; ф и факторы Уметь: а структуру отрасли; спроса и анализиро преимуще Владеть: п

	преимуществ	выявление главных факторов успеха.		прибыль анализа преимущ структур
	Модель пяти сил Портера в анализе конкуренции – применение, недостатки, развитие. Анализ сегментации и анализ конкурентов. Стратегический групповой анализ.	Модель пяти факторов конкуренции Портера, Конкуренция со стороны товаров-заменителей, Угроза со стороны новых потенциальных участников рынка, Соперничество между закрепившимися на рынке конкурентами, Рыночная власть покупателей, Рыночная власть поставщиков. Развитие модели пяти сил: Какое значение имеет отрасль? Комплементарные (дополнительные) товары: недостающая сила в модели Портера? Динамика конкуренции: творческое разрушение и гиперконкуренция Вклад теории игр. Кооперация. Устрашение. Обязательства. Изменение структуры игры. Подача сигналов. Полезны ли теории игр? Анализ конкурентов. Сбор данных о конкурентах. Схема прогнозирования поведения конкурентов. Применение результатов анализа конкурентов. Анализ сегментации рынка. Использование сегментации. Стадии анализа рыночной сегментации. Вертикальная сегментация: объединение прибылей. Стратегические группы.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13 ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знать: мо факторы согласно схемы деятельно Уметь: а точки зр анализиро прогнози поведени Владеть: конкурент для с поведения рынок и данные д компаний
	Анализ ресурсов и способностей. Анализ структуры и системы управления.	Роль ресурсов и способностей в формулировании стратегии: Стратегия, основанная на ресурсах и способностях. Ресурсы и способности как источники прибыли. Ресурсы фирмы: Материальные, Нематериальные, Человеческие ресурсы. Организационные способности: Классификация способностей, Структура способности. Оценка потенциальной прибыльности ресурсов и способностей: Достижение и сохранение конкурентного преимущества, присвоение результатов конкурентного преимущества. Развитие ресурсов и способностей: отношения между ресурсами и способностями, Воспроизводство способностей, Развитие новых способностей, Подходы к развитию способностей. Организационная структура и системы управления. Эволюция корпорации: Фирмы и рынки, Линейная и штатная структуры, Многоотраслевая корпорация. Принципы схемы организационной структуры. Иерархия в структуре организации. Применение принципов организационной структуры. Альтернативные формы организационной структуры. Управленческие системы координации и контроля: Информационные системы, Системы стратегического планирования, Финансовое планирование и системы контроля, Системы управления человеческими ресурсами, Корпоративная культура как механизм контроля.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13 ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знать: ро в форм методики конкурент организац системы у Уметь: а способнос компаний развивать и ре орг.структ Владеть: организац методикам использов преимущ способнос долговрем организац
	Анализ факторов и стратегий конкурентного преимущества: лидерство по издержкам, дифференциация	Природа и источники конкурентного преимущества. Появление конкурентного преимущества. Устойчивое конкурентное преимущество. Конкурентное преимущество на различных рынках. Типы конкурентного преимущества: преимущество по издержкам и преимущество по различию. Лидерство по издержкам. Экономия за счет опыта. Кривая опыта. Стратегические последствия: роль рыночной доли. Источники преимущества по издержкам. Экономия за счет объема производства (эффект масштаба). Экономия за счет обучения. Технология обработки и разработка процессов. Дизайн товаров. Использование мощностей. Затраты на входе. Остаточная эффективность. Использование цепочки ценности для издержек. Основные стадии анализа цепочки ценности. Управление сокращением издержек. Динамические аспекты эффективности затрат. Радикальное сокращение затрат. Преимущество за счет дифференциации. Природа	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13 ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знать: к конкурент возможно издержкам дифферен позицион социально факторов. Уметь: источники преимущ лидерства ценностей Владеть: л аргументи стратегии дифферен

		дифференциации и ее преимущества. Переменные дифференциации. Дифференциация и сегментация. Устойчивость преимущества за счет дифференциации. Анализ дифференциации: спрос. Атрибуты и позиционирование товаров. Роль социально-психологических факторов. Широкая и узкая дифференциация. Анализ дифференциации: предложение. Движущие силы уникальности. Целостность товара. Подача сигналов и репутация. Бренды. Затраты на дифференциацию. Цепочка ценности и анализ дифференциации. Анализ цепочки ценности товаров производственного назначения. Анализ цепочки ценности потребительских товаров.		издержкам методикам компаний товаров.
	Анализ конкурентного преимущества в международном контексте.	Глобальные стратегии и многонациональная корпорация. Значение международной конкуренции для анализа отрасли. Варианты интернационализации. Влияние на конкуренцию. Анализ конкурентного преимущества в международном контексте. Влияние национальных факторов на конкурентоспособность: сравнительное преимущество. Национальный «бриллиант» Портера. Соответствие стратегии национальным условиям. Применение схемы: международное размещение производства. Детерминанты географического размещения. Местоположение и цепочка ценностей. Применение схемы: стратегии входа на зарубежные рынки. Альтернативные стратегии для производства за рубежом. Международные альянсы и совместные предприятия. Многонациональные стратегии: глобализация или национальная специализация. Выгоды глобальной стратегии. Потребность в национальной дифференциации. Стратегия и организация многонациональной корпорации. Эволюция многонациональных стратегий и структур. Транснациональная корпорация.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-8, ПК-9, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знать: вид корпорации международный анализа интернационализации международной производства. Уметь: интернационализацию конкурентной конкурентной международной применять "бриллиант" схему международного Владеть: аргументы стратегии исследования внешней многонациональной

Трудоемкость дисциплины 72 часа/ 2 зачетные единицы.

Итоговая форма контроля - зачет

Составитель:

к.э.н. Штыхно Д.А., к.э.н. Строганов И.А.

ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.

Рецензенты:

д.э.н., профессор Казакова Н.А.

ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.

кафедра Бухгалтерского учета и аудита РЭУ им. Г.В. Плеханова

(наименование организации, где работает рецензент)

д.э.н., профессор Литвинюк А.А.

ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.

заведующий кафедрой Управления персоналом Российского государственного торгово-экономического университета

(наименование организации, где работает рецензент)

