

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник ректора

проф. _____ І.П. Гладкий

« ____ » _____ 2011 р.

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

з дисципліни «Управління міжнародною конкурентоспроможністю
підприємства»

(за вимогами кредитно-модульної системи навчання)

Робоча навчальна програма складена к.е.н., доцентом кафедри міжнародної економіки Пономарьовою Н.М. на основі освітньо-професійної програми для галузі знань 0305 – «Економіка та підприємництво» спеціальності «Міжнародна економіка». Освітньо-кваліфікаційний рівень – 7.03050301 «Спеціаліст».

Рецензент

Завідувач кафедри міжнародної економіки
доктор економічних наук, професор

Д.В. Бабич

Робоча навчальна програма розглянута та ухвалена на засіданні кафедри
Міжнародної економіки

(протокол № _____ від « ____ » _____ 201__ р.)

Завідувач кафедри

доктор економічних наук, професор

Д.В. Бабич

Схвалено Радою (методичною комісією) факультету Управління та
бізнесу

(протокол № _____ від « ____ » _____ 201__ р.)

Голова Ради (методичної комісії)

факультету Управління та бізнесу
доктор економічних наук, професор

І.А. Дмитрієв

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис навчальної дисципліни

«Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства» (система змістових модулів)

Характеристика обсягів підготовки	Характеристика лекційного потоку	Характеристика навчального процесу
Загальний обсяг – 3 кредити Усього годин – 108 год. Усього змістових модулів – 15. Усього блоків змістових модулів – 2. Усього залікових модулів – 2. Один змістовий модуль – 2-4 год. Один заліковий модуль – 54 год. Усього аудиторних годин на тиждень – 3 (лекцій – 2 год., практичних занять – 1 год.).	Галузь знань «Економіка та підприємництво». Спеціальність 7.03050301 «Міжнародна економіка» Освітньо-кваліфікаційний рівень – «Спеціаліст». Кількість навчальних груп у потоці – 1. Лектор, відповідальний за курс – доцент Пономарьова Наталія Миколаївна	Навчальна дисципліна – вибіркова. Рік підготовки – 5. Семестр навчання – 9. Кількість годин: лекцій – 48, практичних занять – 24, самостійних робіт студентів (СРС) – 36, індивідуальна робота (консультації) – 7. Модульний контроль (види контролю: усне опитування, письмова контрольна робота, тестові завдання). Підсумковий контроль: підсумковий МК.

Предмет навчальної дисципліни

Предметом навчальної дисципліни є система економічних відносин, яка застосовується для підтримання і регулювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства (організації).

2. Мета та завдання

Мета викладання дисципліни – формування системи теоретичних і прикладних знань про категорії, поняття, механізми формування та забезпечення міжнародної конкурентоспроможності та її регулювання на рівні окремих підприємств.

Основа задача викладання дисципліни – набуття вмінь і навичок у сфері міжнародних конкурентних відносин, у галузі досягнення конкурентних переваг та забезпеченні їх ефективного використання в міжнародному конкурентному середовищі.

Основні завдання дисципліни:

1. Вивчення основ теорії конкурентної боротьби підприємств і організацій, впливу конкуренції на цінову політику, стратегію розвитку та здійснення виробничої діяльності в умовах конкурентного середовища;

2. Придбання вмінь в області розробки практичних рішень по управлінню конкурентоспроможністю на рівні різних суб'єктів управління;

Вивчення даного курсу припускає попереднє освоєння загально-економічних і загально професійних дисциплін: міжнародний маркетинг, міжнародний менеджмент, стратегічне управління, планування діяльності підприємства.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні:

знати:

- основи стратегії і тактики ведення конкурентної боротьби при здійсненні господарської діяльності на внутрішньому ринку та досягненні міжнародної конкурентоспроможності на зовнішньому ринку;
- ключові проблемм міжнародної конкуренції товарів (послуг), підприємств, галузей національної економіки;
- форми і методи конкуренції у трансформаційний період.

вміти:

- досліджувати та аналізувати ринкові можливості підприємства;
- визначати його цільовий ринок, конкурентоспроможність товару і підприємства, інтенсивність конкуренції на ринку;
- створювати ефективні канали розподілу товару та межі його продажу,
- розробляти і обґрунтовувати стратегічні плани розвитку підприємства та його товарної політики з урахуванням дій конкурентів;
- визнаати та оцінювати показники і фактори міжнародної конкурентоспроможності різних типів підприємств;
- аналізувати форми і методи конкуренції у трансформаційний період, бути компетентними у виборі оптимальних стратегій українських підприємств (організацій) на зарубіжних ринках.

мати уявлення про:

- реалії та перспективи економічного глобалізму, про специфіку глобальних стратегій корпорацій та глобальної конкурентоспроможності загалом.

3. Зміст навчальної дисципліни

Вступ

Місце дисципліни в системі економічних наук. Поняття міжнародного сполучення. Вступ до дисципліни. Цілі та завдання курсу. Структура дисципліни. Теоретико-методичні особливості навчального процесу з дисципліни «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства». Організаційно-методичні рекомендації щодо самостійної роботи студентів. Контроль знань і вмінь за дисципліною. Рекомендована література.

Блок змістових модулів (розділ) 1

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНЦІЯ. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Змістовий модуль (тема) 1

Економічна сутність, функції та методи конкуренції.

Поняття конкуренції. Роль конкуренції у ринковій економіці. Зміст п'яти сил конкуренції. Трансформація поглядів на конкуренцію.

Змістовий модуль (тема) 2

Типи конкурентних середовищ, фактори впливу на конкуренцію

Види конкурентних середовищ, фактори впливу на конкуренцію.

Змістовий модуль (тема) 3

Оцінка ринкової долі та інтенсивності конкуренції

Ціна і рівновага ринку. Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції.

Змістовий модуль (тема) 4

Конкурентоспроможність та конкурентні переваги товару (послуги)

Поняття конкурентоспроможності та конкурентних переваг товару (послуги).
Методи оцінювання конкурентоспроможності товару (послуги).

Змістовий модуль (тема) 5

Методи оцінювання конкурентоспроможності товару (послуги)

Аналіз споживчої її цінності. Відповідність товару параметрам нормативної групи. Аналіз параметрів технічної групи. Економічний параметр конкурентоспроможності. Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності. Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності. Змішаний метод оцінки конкурентоспроможності.

Змістовий модуль (тема) 6

Поняття конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства

Визначення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентні переваги. Джерела конкурентної переваги.

Змістовий модуль (тема) 7

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства

Фактор конкурентоспроможності. Концепція конкурентних переваг М. Портера. Ієрархія факторів конкурентоспроможності підприємства.

Змістовий модуль (тема) 8

Основні завдання для СРС за змістовими модулями 1,2,3,4,5,6,4

Модульний контроль знань за змістовими модулями 1,2,3,4,5,6,7 (заліковий модуль №1) здійснюється у формі поточного тестування, усного опитування, виступу з доповідями.

Блок змістових модулів (розділ) 2 ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Змістовий модуль (тема) 9

Екологічна політика як фактор забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Екологічна політика. поліпшення навколишнього середовища, підвищення якості і збільшення тривалості життя населення. Екологічно чиста продукція.

Змістовий модуль (тема) 10

Роль інновацій і інноваційної діяльності у формуванні національної конкурентоспроможності

Інновації. Ліцензування. Прямі іноземні інвестиції. Спільні підприємства. Злиття.

Змістовий модуль (тема) 11

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Матриця стратегічного планування бізнесу. Benchmarking. Модель ADL/LCD. Індекс Герфіндала-Гіршмана. Індекс Розенблюта. Інтенсивність конкуренції, що розрахована на основі оцінки ступеню схожості часток конкурентів. Інтегральний показник конкурентоспроможності. Конкурентна карти ринка.

Змістовий модуль (тема) 12

Міжнародна конкурентоспроможність як мета та засіб підвищення вартості підприємства

Законодавче забезпечення та організаційне оформлення виходу на зовнішній ринок. Експортно-імпорتنі поставки товарів (послуг). Валютно-фінансові операції. Міжнародний маркетинг. Моніторинг внутрішньої економічної політики і світогосподарських економічних зв'язків. Розповсюдженню процесу інтернаціоналізації виробництва. Глобалізація фінансових ринків.

Змістовий модуль (тема) 13

Концептуальні засади формування іміджу підприємства на міжнародному ринку.

Формування позитивного іміджу підприємств. Корпоративний імідж. Методи іміджмейкінгу. Public Relations. Заходи PR. Реклама.

Змістовий модуль (тема) 14

Особливості міжнародного бізнесу та виходу підприємства на міжнародний ринок

Процес формування єдиного світового господарського простору. «Міжнародне середовище». «Світогосподарське середовище». Аналіз міжнародного

середовища. Нейтральне міжнародне середовище. Багатонаціональне середовище. Міжнародний бізнес. Інтернаціоналізація. Національна організація. Міжнародна організація. Багатонаціональна організація. Глобальна, або транснаціональна, організація. Джерела глобальних конкурентних переваг фірми. Глобальний менеджмент

Змістовий модуль (тема) 15

Поняття «конкурентної стратегії». Стратегії міжнародної конкуренції
Система управління конкурентоспроможністю. Місія. Процес розробки стратегії підприємства. Стратегії міжнародної конкуренції за М. Портером. «Національний ромб».

Змістовий модуль (тема) 16

Основні завдання для СРС за змістовими модулями 9,10,11,12,13,14,15

Модульний контроль знань за змістовими модулями **9,10,11,12,13,14,15** (заліковий модуль №2) здійснюється у формі поточного тестування, усного опитування, виступу з доповідями.

Заключення

Інтегрований висновок за дисципліною. Знання й уміння, які будуть використовуватись при вивченні інших дисциплін. Значення економічних знань для формування світогляду майбутнього фахівця.

4. Розподіл змістових модулів за видами занять за годинами та кредитами

Таблиця 4.1

Назва змістовного модуля	Усього на змістовний модуль (год./кред.)	Лекції (год.)	Практичні заняття (год.)	СРС (год.)
Блок змістових модулів (розділ) 1				
МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНЦІЯ. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ				
Змістовий модуль (тема) 1. Економічна сутність, функції та методи конкуренції.	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 2. Типи конкурентних середовищ, фактори впливу на конкуренцію	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 3. Оцінка ринкової долі та інтенсивності конкуренції	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 4. Конкурентоспроможність та конкурентні переваги товару (послуги)	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 5. Методи оцінювання конкурентоспроможності товару (послуги)	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 6. Поняття конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль (тема) 7. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль (тема) 8. Основні завдання для СРС за змістовими модулями 1,2,3,4,5,6,7	4/0,11	-	-	4
Усього за блоком змістових модулів (розділом) 1	54/1,5	24	12	18
Блок змістових модулів (розділ) 2				
ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КСП ПІДПРИЄМСТВ				
Змістовий модуль (тема) 9. Екологічна політика як фактор забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства	6/0,17	2	2	2
Змістовий модуль (тема) 10. Роль інновацій і інноваційної діяльності у формуванні національної конкурентоспроможності	6/0,17	2	2	2
Змістовий модуль (тема) 11. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 12. Міжнародна конкурентоспроможність як мета та засіб підвищення вартості підприємства	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 13. Концептуальні засади формування іміджу підприємства на міжнародному ринку.	8/0,22	4	2	2
Змістовий модуль (тема) 14. Особливості міжнародного бізнесу та виходу підприємства на міжнародний ринок	7/0,19	4	1	2
Змістовий модуль (тема) 15. Поняття «конкурентної стратегії». Стратегії міжнародної конкуренції	7/0,19	4	1	2
Змістовий модуль (тема) 16. Основні завдання для СРС за змістовими модулями 9,10,11,12,13,14,15	4/0,11	-	-	4
Усього за блоком змістових модулів (розділом) 2	54/1,5	24	12	18
Усього	108/3,0	48	24	36

Таблиця 4.2

Перелік тем практичних занять

№ практичного заняття	Змістовий модуль №	Назва практичних занять	Кількість годин	Обсяг навчального матеріалу (кредити)
1	1-3	Формування ціни та прогнозування отримання додаткового прибутку на конкурентному ринку	4	0,11
2	4-6	Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції	4	0,11
3	7-9	Стратегічний аналіз норми прибутку	4	0,11
4	10-12	Оцінка конкурентоспроможності підприємства на засадах теорії ефективної конкуренції	4	0,11
5	13-14	Методи визначення рівня конкурентоспроможності продукції	4	0,11
6	15	Визначення резервів зростання конкурентоспроможності підприємства на основі комплексної оцінки його конкурентного потенціалу	4	0,11
ЗАГАЛОМ			24	0,66

5. Система оцінювання навчання**5.1. Система оцінювання трудовитрат навчання студента (залікові модулі)**

№	Зміст навчального матеріалу	Кількість годин	Обсяг трудовитрат студента (кредитів)	Форма контролю знань	Шкала оцінювання знань студента
1	2	3	4	5	6
1	Перший заліковий модуль за змістовими модулями	54	1,5	Модульний контроль: тестування	(1...100)
2	Другий заліковий модуль за змістовими модулями	54	1,5	Модульний контроль: тестування	(1...100)
Усього		108	3,0		(1...100)

Примітка: підсумкова оцінка трудовитрат студента на засвоєння дисципліни у цілому підраховується як арифметична сума кредитів за опрацьованими заліковими модулями.

5.2. Система оцінювання знань студентів і шкала оцінки
(за кожний заліковий модуль)

За шкалою ECTS	За національною шкалою	За шкалою навчального закладу
A	Відмінно	90 – 100
BC	Добре	75 – 89
DE	Задовільно	60 – 74
FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	35 – 59
F	Незадовільно з обов'язковим повторним курсом	1 – 34

Примітка: згідно з наказом МОН України від 30.12.05 р. № 774, підсумкова оцінка знань з навчальної дисципліни визначається як середньозважена результатів засвоєння окремих залікових модулів в інтервалі (1...100) балів.

6. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

Навчальним планом підготовки фахівців за напрямом 7.050103 передбачено виконання індивідуального завдання у вигляді курсової роботи.

7. Види, форми та методи навчання

Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота студентів згідно таблиці розподілу змістових модулів за видами занять (за годинами та кредитами).

8. Методичне забезпечення

Навчально-методичні матеріали кафедри з дисципліни, які знаходяться на освітньому порталі ХНАДУ.

Навчально-методичні матеріали (навчальні посібники, навчальні програми, плани семінарських занять, тематика рефератів, матеріали для самостійної роботи студентів, списки рекомендованої літератури), що представлені на кафедрі.

9. Література, що рекомендована для самостійної роботи студентів

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. // Голос України, 27.02.2001.
2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление: Пер. с англ./ Под ред. Каптуревского Ю.Н.- СПб: Питер, 2002. – 544с.
3. Азов Г.Л., Челенков А.П. Кокурентные преимущества фирмы.- М.: ОАО «Типография Новости», 2000.-256 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление / Под ред. Л.И. Евенко: Пер.с англ.- М.: Экономика, 1989.
5. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг.- СПб.: Питер, 2001.-с.60,63,69.
6. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия.-Харьков: Основа, 1995. - 160с.
7. Иванов Ю.Б.Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. -Х.: РИО ХГЭУ, 1997.-248с.

8. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю: Підручник. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304с.
9. Мащенко В.Е. Системное корпоративное управление.- М.: Сирин, 2003. - 251с.
- 10.Международный маркетинг: Учебн.пособие / Под ред. Н.И. Перцовского.- с.158-159.
- 11.Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч.посібник.- Х.: ІНЖЕК, 2004. – 264с.
- 12.Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. В.Д. Щетинина.- М.: Международные отношения, 1993.
- 13.Тищенко А.Н., Головка О.С. Стратегическое управление развитием предприятия. - Харьков: ЭДЕНА, 2003 - 198с.
- 14.Тоехиро Конно. Стратегия и структура японских предприятий: Пер. с англ. _М.:Прогресс, 1997.-384с.
- 15.Томпсон А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Уч. для вузов: Пер. С англ.- М: Банки и Биржи. Юнити, 1998.
- 16.Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебное пособие/ Р.А. Фатхутдинов.- М.: Изд-во Эксмо, 2004.-544с.
- 17.Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. Пособие.- Харьков: Эспада, 2004.-520с.

Укладач:
доцент кафедри
міжнародної економіки

Наталія Миколаївна Пономарьова