

## КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

**ФИО преподавателя:** доцент, к.э.н. Колодезникова Инна Валентиновна

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина по выбору, 4 триместр

Международная компания может быть конкурентоспособной только при наличии стратегии, основанной на глобальном видении. Чтобы добиться конкурентных преимуществ и выжить в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей, компания должна ориентировать свою деятельность на запросы потребителей, а также осуществлять своевременные изменения в своей стратегии, адекватные изменениям со стороны внешней среды. Курс знакомит магистров с основными элементами стратегии международной компании, направлениями анализа факторов внутренней и внешней среды; формирует навыки проведения анализа движущих сил конкуренции, ресурсов и конкурентных возможностей компании, выделения стратегических проблем и ключевых компетенций. Рассматриваются основные стратегии конкуренции, опыт международных компаний в их формировании и реализации.

**Краткое содержание дисциплины:** стратегия международной компании и ее основные элементы, основные виды стратегий, базисные стратегии, анализ отрасли и конкурентной ситуации, анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании, формирование стратегии компании на основе конкурентных преимуществ, выбор маркетинговых стратегий для защиты конкурентных позиций компании.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 3 зачетные единицы, 108 часа.

**Язык преподавания:** русский.

**Итоговый контроль по дисциплине** проводится в форме письменной работы.