

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И ДЕЛОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«17» апреля 2019 г.

МП



Рабочая программа учебной дисциплины
«МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА»


Укрупненная группа направлений подготовки	<i>38.00.00 Экономика и управление</i>
Направление подготовки	<i>38.04.02 Менеджмент</i>
Магистерская программа	<i>Международный бизнес</i>
Программа подготовки	<i>Академическая магистратура</i>
Квалификация	<i>Магистр</i>
Форма обучения	<i>Очная, заочная</i>

Донецк 2019

УТВЕРЖДАЮ:

И. о.декана экономического факультета
Ю. Н. Полшков

11.04.2019 г. _____



Рабочая программа учебной дисциплины «Международная конкурентная среда» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322 (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г.)

Программа составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от 16 сентября 2016 г. № 935, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от 7 октября 2016 г. № 1622; «Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 11.11.2017 г.; учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программы: Международный бизнес, утвержденного Ученым советом университета от 02.04.2019 г., протокол № 3.

Разработчик:

Кандидат экономических наук,
ст. преподаватель кафедры международного бизнеса
и делового администрирования



Е.А. Брыль

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры международного бизнеса и делового администрирования

Протокол № 10 от «8» апреля 2019 г.

Зав. кафедрой



О.Л. Некрасова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 4 от «09» апреля 2019 г.
Председатель УМК



Стрелина Е. Н.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Международная конкурентная среда» относится к циклу вариативной части образовательной программы. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые сопутствующими дисциплинами – методология и методы научных исследований, управление изменениями, управление качеством, лидерство и профессиональные навыки менеджера, современный стратегический анализ. Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Международная конкурентная среда», используются при написании магистерской диссертации.

Структура дисциплины

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент	
Магистерская программа	Международный бизнес	
Программа подготовки	академическая магистратура	
Квалификация	магистр	
Количество содержательных модулей (тем)	3 (9)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть	
Формы контроля	1 модульный контроль, экзамен в 1-м семестре	
Количество зачетных единиц (кредитов)	3	3
Год подготовки	1	1
Семестр	1	-
Количество часов	108	108
- лекционных	-	-
- практических	36	8
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	72	100
в т.ч. индивидуальное задание	25	35
Недельное количество часов, т.ч.	6	×
аудиторных	2	×
самостоятельной работы студента	4	×

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Международная конкурентная среда» – на основе теоретической подготовки формирование системы практических умений и навыков по использованию принципов, методов и инструментов оценки международной конкурентной среды.

Задачи – усвоение студентами теоретических основ и практических навыков методологии оценки международной конкурентной среды.

Требования к результатам освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО РФ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и основной образовательной программой высшего образования направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа: Международный бизнес):

<i>общекультурных (ОК):</i>	
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОПК -1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
профессиональных (ПК):	
Организационно-управленческая деятельность:	
ПК-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- виды экономической конкуренции и закономерности их функционирования на разных типах рынков международной конкурентной среды;
- сущность конкурентоспособности и конкурентных преимуществ, способы их достижения;
- содержание основных этапов исследования интенсивности конкуренции, оценки конкурентоспособности продукции и предприятия;
- основные конкурентные стратегии и особенности их применения конкретным предприятием;
- современные методы и подходы к выбору конкурентных стратегий предприятия.

уметь:

- проводить оценку и осуществлять анализ уровня интенсивности конкуренции на рынке и в отрасли;
- осуществлять анализ конкурентов, строить конкурентные карты рынка и карты стратегических групп в отрасли;
- рассчитывать и анализировать показатели конкурентоспособности продукции и предприятия;
- применять современный методический инструментарий выбора и обоснования конкурентных стратегий.

владеть навыками по управлению проектами с использованием современного программного обеспечения.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Международная конкурентная среда» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные и анимационные видеоролики научно-познавательного характера, раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение.

В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, подготовку и защиту результатов собственных научных исследований.

Тематический план дисциплины «Международная конкурентная среда»

Темы	Вопросы темы
Содержательный модуль 1	
Общие основы международной экономической конкуренции и конкурентоспособности	
1. Международная конкуренция и конкурентоспособность: понятие и виды	1.1 Общее понятие международной экономической конкуренции. 1.2 Виды и уровни международной экономической конкуренции. 1.3 Конкурентоспособность: сущность, признаки, виды.
2. Международная конкурентная среда предприятия	2.1 Основные составляющие международной конкурентной среды. 2.2 Современные модели международной конкурентной среды и присущий им характер конкурентных отношений. 2.3 Критерии анализа конкуренции и международной конкурентной среды.
3. Конкурентные преимущества предприятия международного бизнеса	3.1.Ключевые факторы успеха международного бизнеса: определение и оценка. 3.2.Сущность и свойства конкурентных преимуществ. 3.3.Жизненный цикл конкурентных преимуществ. 3.4.Виды конкурентных преимуществ в международном бизнесе.
Содержательный модуль 2	
Оценка конкурентоспособности объектов международного бизнеса	
4. Методы исследования конкуренции и международной конкурентной среды	4.1 Показатели концентрации производства в отрасли и интенсивность конкуренции. 4.2 Темпы роста отраслевого рынка и интенсивность конкурентной борьбы. 4.3 Рентабельность отраслевого рынка и интенсивность конкуренции. 4.4 Интегральная оценка интенсивности конкурентной борьбы на отраслевом рынке.
5. Методы анализа конкурентов в международной конкурентной среде	5.1 Анализ и типология конкурентов в международной конкурентной среде. 5.2 Методика построения и интерпретации карты стратегических групп. 5.3 Методика построения и интерпретации конкурентной карты международного рынка.
6. Методы оценки конкурентоспособности предприятия	6.1 Методы оценки конкурентоспособности объектов. 6.2 Расчетно-статистические методы оценки конкурентоспособности предприятия. 6.3 Расчетно-графические методы оценки конкурентоспособности предприятия. 6.4 Экспертные методы оценки конкурентоспособности предприятия.

7. Методы оценки конкурентоспособности продукции	7.1 Критерии и показатели конкурентоспособности продукции. 7.2 Параметрические методы оценки конкурентоспособности продукции. 7.3 Расчетно-графические методы оценки конкурентоспособности продукции.
Содержательный модуль 3 Разработка стратегии конкурентного поведения предприятия в международной конкурентной среде	
8. Стратегии приобретения конкурентных преимуществ	8.1 Система конкурентных стратегий предприятия. 8.2 Базовые стратегии приобретения конкурентных преимуществ.
9. Стратегии конкурентного поведения в международной конкурентной среде	9.1 Конкурентные стратегии лидера рынка. 9.2 Конкурентные стратегии претендентов на лидерство. 9.3 Конкурентные стратегии последователей. 9.4 Конкурентные стратегии обитателей рыночной ниши.

Структура дисциплины «Международная конкурентная среда» по видам учебной деятельности

Названия тем	Количество часов							
	Очная форма				Заочная форма			
	Всего	в т.ч.			Всего	в т.ч.		
		Лекции	Практические	СРС		Лекции	Практические	СРС
Содержательный модуль 1								
Общие основы международной экономической конкуренции и конкурентоспособности								
1. Международная конкуренция и конкурентоспособность: понятие и виды	10		4	6	10		1	9
2. Международная конкурентная среда предприятия	12		4	8	12		1	11
3. Конкурентные преимущества предприятия международного бизнеса	12		4	8	12		1	11
Итого по содержательному модулю 1	34		12	22	34		3	31
Содержательный модуль 2								
Оценка конкурентоспособности объектов международного бизнеса								
4. Методы исследования конкуренции и международной конкурентной среды	14		4	10	14		1	13
5. Методы анализа конкурентов в международной конкурентной среде	12		4	8	12		1	11
6. Методы оценки конкурентоспособности предприятия	12		4	8	12		1	11
7. Методы оценки конкурентоспособности продукции	12		4	8	12		1	11
Итого по содержательному модулю 2	50		16	34	50		4	46
Содержательный модуль 3								
Разработка стратегии конкурентного поведения предприятия в международной конкурентной среде								
8. Стратегии приобретения конкурентных преимуществ	12		4	8	12		0,5	11,5
9. Стратегии конкурентного поведения в международной конкурентной среде	12		4	8	12		0,5	11,5
Итого по содержательному модулю 3	24		8	16	24		1	23
Всего	108		36	72	108		8	100

4. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ И МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Содержательный модуль 1

Общие основы международной экономической конкуренции и конкурентоспособности

1. В чем заключается современное значение и особенности категории «конкуренция»?
2. Охарактеризуйте связь и различия между понятиями «конкуренция» и «соперничество».
3. Что понимается под «экономической конкуренцией»?
4. Охарактеризуйте уровни, на которых происходит формирование экономической конкуренции.
5. Перечислите и охарактеризуйте основные функции конкуренции.
6. Раскройте сущность распределительной (аллокационной) функции конкуренции.
7. Охарактеризуйте основные виды экономической конкуренции по территориально-географическому признаку.
8. Объясните сущность прямой и косвенной конкуренции.
9. Какие виды экономической конкуренции выделяют по способу и характеру удовлетворения потребительского спроса?
10. Дайте определение понятию «добросовестная конкуренция».
11. Какие методы конкуренции могут иметь недобросовестный характер?
12. В чем отличие активной конкуренции от пассивной?
13. Проанализируйте систематизацию видов экономической конкуренции в зависимости от отраслевой принадлежности субъектов рынка.
14. Что понимается под «ценовой конкуренцией»?
15. Назовите основные маркетинговые ситуации, вызывающие необходимость применения методов неценовой конкуренции.
16. Что такое конкурентоспособность?
17. Назовите силы, под влиянием которых, согласно модели Майкла Портера, формируется конкурентная среда предприятия.
18. Как Вы понимаете термин «барьеры на входе на рынок»?
19. Каким образом ёмкость рынка (ограниченность спроса) и динамика его развития могут повлиять на освоение данного рынка предприятием? При каких характеристиках рынка предприятие испытывает наибольшие сложности?
20. С помощью, каких средств и инструментов существующее предприятие может укрепить свои позиции на рынке за счёт лояльности потребителей, тем самым увеличивая барьеры для конкурентов? Приведите примеры.
21. Какие отрасли, по Вашему мнению, имеют наибольший барьер на входе из-за масштабности первоначальных инвестиций? Какие капиталоемкие отрасли развиты в Вашей стране/регионе? Приведите примеры компаний, добившихся успеха на подобных рынках.
22. Объясните, как механизм ценообразования может быть использован существующими предприятиями отрасли с целью создания стратегических барьеров новичкам?
23. При каких условиях поставщики могут оказывать значительное влияние на предприятия отрасли и рынок в целом? Приведите примеры.
24. От чего зависит конкуренция со стороны товаров-заменителей? Влияет ли наличие и количество заменителей на потенциал прибыли отрасли?
25. Какие виды несовершенной конкуренции Вы знаете? Кратко охарактеризуйте их.
26. Что является основой монополистической конкуренции? В чём её принципиальное отличие от совершенной конкуренции?

27. Какие стадии содержит процесс определения КФУ отрасли?
28. Может ли конкурентное преимущество иметь универсальный характер? Почему?
29. Охарактеризуйте этапы жизненного цикла конкурентного преимущества по А.А. Томпсону и А.Дж. Стрикленду.
30. Каковы критерии распределения конкурентных преимуществ предприятия по степени воспроизводимости (устойчивости)?
31. Какое конкурентное преимущество предприятия обеспечивает доверие потребителей к нему?
32. От чего зависит степень устойчивости конкурентного преимущества?

Содержательный модуль 2

Оценка конкурентоспособности объектов международного бизнеса

33. Какие факторы определяют интенсивность конкуренции?
34. В каком случае конкуренцию в отрасли можно назвать слабой?
35. Каким образом интенсивность конкуренции зависит от количества предприятий в отрасли?
36. Назовите характерные черты концентрированных отраслей. Приведите примеры концентрированных отраслей своего региона.
37. Назовите основные методы оценки конкурентоспособности.
38. Дайте определение расчетно-статистическим методам оценки конкурентоспособности предприятия. Назовите их основные разновидности.
39. Охарактеризуйте этапы оценки конкурентоспособности предприятия при помощи метода «суммы мест».
40. Охарактеризуйте преимущества и недостатки использования «метода расстояний» в оценке конкурентоспособности предприятия.
41. Какие требования предъявляются к системе показателей оценки конкурентоспособности предприятия?
42. Охарактеризуйте классификацию уровней конкурентоспособности конкурирующих предприятий.
43. В каких случаях целесообразно использовать экспертные методы оценки конкурентоспособности предприятия?
44. Перечислите основные этапы анализа конкурентоспособности при помощи «метода анализа иерархий».
45. Как можно описать расчетно-графические методы метод оценки конкурентоспособности предприятия?
46. Перечислите этапы оценки конкурентоспособности предприятия при помощи построения «многоугольника конкурентоспособности».
47. Как могут быть использованы результаты оценки конкурентоспособности предприятия, определяющиеся с помощью расчетно-статистического и графического метода?
48. Что такое продукция? Перечислите ее основные формы.
49. Какие результаты производства не имеют материальную форму?
50. Какая продукция на рынке обладает наибольшей конкурентоспособностью?
51. Что следует понимать под критерием конкурентоспособности продукции?
52. Определите факторы полезности продукции.
53. Дайте определение понятию «цена потребления продукции».
54. Какие элементы в общем виде выступают ценой потребления?
55. На какие группы можно разделить модели и методы оценки конкурентоспособности?
56. На чем основывается параметрические методы оценки конкурентоспособности продукции?

57. Что следует учитывать при определении уровня конкурентоспособности продукции?

58. Как можно группировать параметры при построении профиля конкурентоспособности продукции?

Содержательный модуль 3

Разработка стратегии конкурентного поведения предприятия в международной конкурентной среде

59. Что представляет собой стратегия конкуренции по определению А.А. Томпсона и А.Дж. Стрикленда?

60. В чем заключаются основные отличия в определении понятия «конкурентная стратегия» по мнению Г. Минценберга, Дж.Б. Кунина и Ю.Б. Иванова, О.М. Тищенко?

61. В чем отличие корпоративной стратегии от конкурентной?

62. Существует ли универсальная стратегия для каждой компании? Ответ обоснуйте.

63. В чем заключается разработка конкурентной стратегии?

64. Что такое система конкурентных стратегий предприятия?

65. Какие существуют базовые конкурентные стратегии по мнению Майкла Портера?

66. Как охарактеризовать стратегию приобретения конкурентных преимуществ?

67. На чем базируется реализация стратегии лидерства в затратах?

68. Без каких ключевых моментов использование стратегии лидерства по затратам невозможно?

69. Сколько существует стратегий конкурентного поведения предприятия? Назовите их.

70. Что включает в себя понятие «рыночный доминатор»?

71. Какой набор стратегий может использовать лидер, который занимает доминирующую позицию на рынке?

72. Какие факторы необходимо проанализировать для применения стратегии расширения доли рынка?

73. Для чего применяется защита доли рынка?

74. В чем состоит цель оборонительной стратегии?

75. Перечислите и кратко охарактеризуйте оборонительные стратегии предприятия.

76. В чем заключается задача стратегии демаркетинга (вынужденного сокращения)?

77. Кто относится к группе претендентов на лидерство?

78. Как можно охарактеризовать наступление на позиции лидера рынка?

79. В чем особенность применения нападения на небольшие местные и региональные компании?

80. Какие существуют наступательные стратегии предприятия?

81. Какие предприятия являются «обитателями рыночной ниши»?

5. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Международный бизнес

Форма обучения: очная, заочная

Семестр: первый

Учебная дисциплина: Международная конкурентная среда

Экзаменационный билет № п

Теоретическое задание. Охарактеризуйте основные виды экономической конкуренции по территориально-географическому признаку.

Практическое задание.

1. Какой трактовке соответствует определение конкуренции как формы соперничества фирм на рынке (ценового и неценового)?
 - а) структурной;
 - б) функциональной;
 - в) поведенческой;
 - г) классической.
2. На каком уровне экономической конкуренции формируется конкурентоспособность предприятий и фирм, их корпоративных объединений, отраслей, отраслевых комплексов их слаженное взаимодействие не только между собой, но и между государственными и общественными институтами?
 - а) микроуровень;
 - б) мезоуровень;
 - в) макроуровень;
 - г) гипер-макроуровень.
3. Уровень экономической конкуренции, связанный с внедрением новых технологий и наиболее передовых форм и методов организации хозяйственных процессов и использованием прочих факторов – это ...
 - а) микроуровень;
 - б) мезоуровень;
 - в) макроуровень;
 - г) гипер-макроуровень.
4. По форме экономическую конкуренцию целесообразно разделять на ...
 - а) предметную, видовую и функциональную конкуренцию;
 - б) активную и пассивную конкуренцию;
 - в) прямую и косвенную конкуренцию;
 - г) ценовую и неценовую конкуренцию.
5. Конкуренция, между разными товарами, которые удовлетворяют одни и те же потребности, называется ...
 - а) прямой;
 - б) функциональной;
 - в) косвенной;
 - г) пассивной.

Решить задачу. Задача №1

На основе данных таблицы оцените состояние и степень монополизации нефтеперерабатывающей отрасли России, используя индекс максимальной доли рынка и индекс обратных величин долей рынка предприятий-конкурентов.

Таблица1

Доли рынка основных игроков нефтеперерабатывающей отрасли России

№	Предприятие	Доля рынка, %
1	Ярослав НОС	10,48
2	Уфимский НПЗ	7,45
3	Уфанефтехим	7,38
4	Сызранский НПЗ	6,91

5	Салаватнефтеоргсинтез	7,07
6	Рязанская НПК	11,65
7	Пермский НПЗ	9,63
8	Орскнефтеоргсинтез	5,12
9	Омский НПЗ	15,14
10	Ново-Уфимский НПЗ (Новыйл)	5,51
11	Новокуйбышевский НПЗ	7,45
12	Нижнекамский НПЗ	6,21

Утверждено на заседании кафедры «Международный бизнес и деловое администрирование»
 Протокол № ____ от _____.20____.

Зав. кафедрой
 Преподаватель

к.э.н., доцент Некрасова О.Л.
 к.э.н., доцент Брыль Е.А.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды экзаменационных заданий, составляет 40 баллов.

1. Теоретическое задание в случае полного правильного ответа – 20 баллов; есть все основные положения ответа, но допущены определенные неточности – 15-19 баллов; есть отдельные положения ответа, есть ошибки в приведенных формулах или определениях – 10-14 баллов; не более 20 % полного ответа, ошибки – 5-9 баллов; нет ответа – 0 баллов.

2. Правильный ответ на каждый из тестов – 2 балла. Всего 5 тестов – 10 баллов.

3. Решение задачи: правильное решение, сделан полный правильный вывод – 10 баллов; правильное решение, но вывод не точный (не полный) – 8-9 баллов; правильное по смыслу решение, но есть арифметические ошибки в расчетах, вывод не точный (не полный) – 6-7 баллов; формулы указаны правильно, но есть ошибки в ходе решения, вывода нет – 4-5 баллов; формулы указаны, но с ошибками, расчетов нет (неправильные) – 2-3 балла; указаны формулы, но неправильные, расчетов нет (неправильные) – 1 балл; нет решения – 0 баллов.

7. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Международный бизнес

Форма обучения: очная, заочная

Семестр: первый

Учебная дисциплина: Международная конкурентная среда

Модульная контрольная работа

Вариант № n

1. *Предприятия со слабой конкурентной позицией, которые повторяют действия лидера, идут проторенным путем ...*

- а) лидеры рынка;
- б) претенденты на лидерство;
- в) рыночные последователи;

- г) обитатели рыночной ниши.
2. Какую из перечисленных ниже стратегий конкуренции следует избрать лидеру рынка, который находится на стадии спада?
- а) стратегию приспособленца;
 - б) стратегию фокусирования;
 - в) стратегию обороны;
 - г) стратегия проникновения на рынок.
3. Стратегия географической экспансии направлена на ...
- а) поиск новых пользователей продукта;
 - б) поиск новых способов применения продукта;
 - в) увеличение интенсивности использования продукта;
 - г) нет правильного ответа.
4. На какой стали жизненного цикла отрасли целесообразно использование стратегий расширения рынка?
- а) стадии стабилизации;
 - б) стадии роста;
 - в) стадии зарождения;
 - г) стадии спада.
5. Какая из перечисленных ниже стратегий конкуренции может быть охарактеризована как «стратегия пассивной обороны»?
- а) защита флангов;
 - б) контратака;
 - в) упреждающие оборонительные действия;
 - г) позиционная оборона.
6. Для какой стратегии конкуренции характерно создание специальной конкурентной торговой марки или политики товарной гаммы покрывающей все сегменты рынка?
- а) позиционная оборона;
 - б) защита флангов;
 - в) упреждающие оборонительные действия;
 - г) мобильная защита.
7. Стратегия, подразумевающая активизацию нападающей стороны в регионах, в которых ее оппонент пассивен называется ...
- а) сегментационной фланговой атакой;
 - б) стратегией окружения противника;
 - в) стратегией обходного маневра;
 - г) географической фланговой атакой.
8. Компании, занимающие вторые или третьи места в рейтинге отрасли, т.н. претенденты на лидерство, могут выбрать одну из следующих стратегий:
- а) стратегию фокусирования (обитателя рыночной ниши);
 - б) стратегию расширения рынка (расширения глобального спроса);
 - в) стратегию наступления на небольшие местные и региональные компании;
 - г) стратегию приспособленца.
8. Как называется стратегия, подразумевающая определение неудовлетворенных лидером рынка потребностей потребителей?
- а) сегментационная фланговая стратегия;
 - б) стратегия окружения противника;
 - в) стратегия обходного маневра;
 - г) географическая фланговая атака.
9. Использование какой стратегии конкуренции может привести к затягиванию предприятия в изматывающую ценовую войну?
- а) фронтальное наступление;
 - б) стратегия окружения противника;
 - в) фланговая атака;

г) стратегия партизанской войны.

10. Стратегия «сознательного параллелизма» предполагает ...

- а) лидерство одной из фирм отрасли, которое является результатом ее способности верно отслеживать изменения в рыночной ситуации, инициировать изменения цен, выступать своеобразным проводником на рынке;
- б) лидерство фирмы, удерживающей наибольшую долю рынка, которая позволяет ей устанавливать рыночную цену на товар или услугу и инициировать изменения цен;
- в) сознательную координацию ценовых решений конкурентов, механизмом реализации которой выступает рыночное лидерство;
- г) нет верного ответа.

11. Предприятие, дублирующее продукт лидера и упаковку, реализуя товар на черном рынке или сомнительным посредникам называется ...

- а) подражателем;
- б) двойником;
- в) имитатором;
- г) приспособленцем.

12. Предприятие, которое воспроизводит некие характеристики продукта лидера, но сохраняет различия в упаковке, рекламе, ценах называется ...

- а) подражателем;
- б) двойником;
- в) имитатором;
- г) приспособленцем.

13. Какое из приведенных утверждений является ошибочным?

- а) расширение доли обслуживаемого рынка отнюдь не означает автоматического роста прибыли для предприятия;
- б) значительное (в сравнении с конкурентами) снижение цен на продукцию не позволяет компании существенно увеличить долю рынка, так как некоторые конкуренты отвечают менее значительным уменьшением цен, а другие предложат потребителям дополнительные блага и за ту же цену;
- в) чтобы удержать свои рыночные позиции лидер должен выпускать с каждым годом такие товары и услуги, которые делают его прошлые товары устаревшими;
- г) стратегия последователя довольно привлекательная и удобная для небольших предприятий, которые не имеют достаточных возможностей для проведения собственных маркетинговых исследований;
- д) все утверждения верны.

14. Использование стратегии «следования за лидером» целесообразно в тех отраслях где ...

- а) практически отсутствуют возможности разнообразить продукцию;
- б) качество обслуживания находится на примерно одинаковом уровне;
- в) потребители практически не чувствительны к ценам;
- г) вероятность ценовой войны очень низкая;
- д) верны варианты а) и б);
- е) верны варианты б) и в).

15. Какое из приведенных утверждений является ошибочным?

- а) расширяя базовый рынок, лидер приносит пользу для всей совокупности конкурентов, которые действуют на рынке;
- б) расширение доли рынка целесообразно в тех случаях, когда компания не имеет возможности реализовать экономию на масштабах производства, при наличии непривлекательных сегментов рынка, желании потребителей использовать различные источники поставок;
- в) высокая доля рынка ведет к увеличению прибыли в тех случаях, когда снижаются издержки компании на единицу продукции, когда она предлагает продукт исключительно высокого качества, устанавливая соответствующую надбавку к цене;

- г) стратегия последователя связана с риском «стратегической слепоты», т.к. предприятие может понести существенные потери, если шаги лидера являются ошибочными или вообще окажется, что лидер «блефовал»;

д) все утверждения верны.

16. Использование какой из перечисленных ниже стратегий может позволить «предприятию-последователю» в перспективе перейти в позицию «претендента на рыночное лидерство»?

- а) стратегии подражателя;
- б) стратегии двойника;
- в) стратегии имитатора;
- г) стратегии приспособленца.

17. Что является маркетинговым приоритетом стратегии дифференциации?

- а) попытка представить как преимущество те свойства товара, которые обеспечивают низкие затраты;
- б) предоставление товару тех свойств, за которые потребитель готов платить;
- в) создание репутации компании, которая предлагает оптимальное соотношение цены и качества;
- г) анализ уровня удовлетворения потребителей набором свойств и характеристик товара, которые отвечают запросам и/или специфическим потребностям сегмента.

18. Стратегия дифференциации защищает предприятие от основных сил конкуренции в отрасли путем ...

- а) снижения цены на собственные товары или услуги в пределах существующей разницы в затратах;
- б) сегментации рынка и достижения лидерства в узком рыночном сегменте;
- в) создания лояльности потребителей к бренду, которая снижает их чувствительность к цене продукта;
- г) достижения оптимально низких издержек в сочетании с ограниченной дифференциацией.

19. От чего зависит успех стратегии фокусирования?

- а) не заинтересованности большинства конкурентов в работе в выбранном сегменте рынка;
- б) чувствительности покупателей выбранного сегмента рынка к цене на продукцию;
- в) доступа предприятия к дешевым сырьевым ресурсам;
- г) потенциала прибыльности и роста выбранного сегмента рынка;
- д) веры варианты а) и г);
- е) все ответы верны.

20. Осуществление, какой стратегии конкуренции требует от предприятия достижения высокой доли рынка?

- а) лидерства в затратах;
- б) дифференциации;
- в) оптимальных затрат;
- г) фокусирования на основе снижения затрат;
- д) фокусирования на основе дифференциацию.

8. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 10 баллов – по 0,5 баллов за каждый правильный ответ на тест.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения лекционных и

практических занятий (вопросы лектору по теме лекционного материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач и ситуаций у доски и т.п.).

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС и ИРС) оценивается в 18 баллов. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Оценивание СРС и ИРС по дисциплине «Международная конкурентная среда»

Тема	СРС	ИРС
Содержательный модуль 1 Общие основы международной экономической конкуренции и конкурентоспособности		
1. Международная конкуренция и конкурентоспособность: понятие и виды	1	
2. Международная конкурентная среда предприятия	1	2
3. Конкурентные преимущества предприятия международного бизнеса	1	1
Итого по содержательному модулю 1	3	3
Содержательный модуль 2 Оценка конкурентоспособности объектов международного бизнеса		
4. Методы исследования конкуренции и международной конкурентной среды	1	1
5. Методы анализа конкурентов в международной конкурентной среде	1	1
6. Методы оценки конкурентоспособности предприятия	1	1
7. Методы оценки конкурентоспособности продукции	1	1
Итого по содержательному модулю 2	4	4
Содержательный модуль 3 Разработка стратегии конкурентного поведения предприятия в международной конкурентной среде		
8. Стратегии приобретения конкурентных преимуществ	1	1
9. Стратегии конкурентного поведения в международной конкурентной среде	1	1
Итого по содержательному модулю 3	2	2
Итого	9	9
Всего	18	

Индивидуальное творческое задание
"Оценка влияния основных сил конкуренции на отрасль"

10. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

На примере выбранной магистрантом отрасли международного бизнеса оценить влияние основных сил конкуренции на отрасль.

Перечень факторов для оценки влияния основных сил, которые управляют конкуренцией в отрасли

Конкурентные силы	Состояние фактора	Оценка в баллах	
		ДА	НЕТ
1	2	3	4
1. Угроза со стороны новых конкурентов	1.1. Для отрасли характерна ограниченность объёма потребительского спроса (ёмкость рынка ограничена, рынок насыщен, рост замедлен)	х	

Конкурентные силы	Состояние фактора	Оценка в баллах	
		ДА	НЕТ
1	2	3	4
	1.2. Отрасль характеризуется наличием возможности экономии на масштабе и опыте		х
	1.3. Для отрасли характерны высокая дифференциация продукции и узнаваемость торговой марки (высокая лояльность потребителей)		х
	1.4. Вход в отрасль связан с высокой потребностью в капитале (высокий масштаб первоначальных инвестиций)	х	
	1.5. В отрасли существует сложность доступа к каналам распределения	х	
	1.6. Вход в отрасль связан со сложностью получения разрешений и согласований в органах местной власти	х	
	1.7. В отрасли существует сложность доступа к необходимым ресурсам		х
	1.8. Для отрасли характерна высокая защищенность используемых технологий патентами, лицензиями и другими исключительными правами		х
	1.9. Для повышения входных барьеров предприятия, действующие на рынке, активно используют методы снижения цен, маркетинг, сберегающие инновации	х	
Средняя оценка угрозы со стороны новых конкурентов		X	
2. Угроза со стороны поставщиков	2.1. В отрасли поставщиков доминирует небольшое количество крупных компаний и уровень концентрации выше, чем в отрасли, которой они продают	х	
	2.2. Продукция поставщика уникальна или дифференцирована (высокая стоимость перехода к другому поставщику)		х
	2.3. Качество продукции в значительной мере зависит от закупаемых у поставщика ресурсов	х	
	2.4. Группа поставщиков представляет определенную угрозу для интеграции вперед в бизнес покупателя	х	
	2.5. Отрасль потребителя не является значимой для поставщиков		х
Средняя оценка угрозы со стороны поставщиков		X	
3. Угроза со стороны потребителей	3.1. Покупателями продукции являются крупные компании, осуществляющие закупки в больших масштабах	х	
	3.2. Продукция, приобретаемая в отрасли, стандартна или не обладает уникальностью	х	
	3.3. Продукты, закупаемые в отрасли, являются составной частью продукции покупателей и представляют существенную долю их себестоимости		х
	3.4. Группа покупателей представляет определенную угрозу для интеграции назад в производство продукта отрасли поставщика		х
	3.5. Покупатели чувствительны к цене, что побуждает их снизить издержки, связанные с закупочной деятельностью		х
Средняя оценка угрозы со стороны покупателей		X	
2. Угроза со стороны товаров-заменителей	4.1. Существует возможность удовлетворять потребности и желания клиентов другим способом		х
	4.2. Покупатели легко переходят от одного поставщика к другому (низкая лояльность к торговой марке)	х	
	4.3. Переход к товару-заменителю не связан с дополнительными затратами, упущенными выгодами и возможностями для потребителя (низкие издержки	х	

Конкурентные силы	Состояние фактора	Оценка в баллах	
		ДА	НЕТ
1	2	3	4
	переклечения)		
	4.4. Существует вероятность появления товаров-заменителей, полученных в результате дублирования известных товаров, марок, товарных знаков		х
Средняя оценка угрозы со стороны товаров-заменителей		\bar{X}	
5. Угроза со стороны существующих конкурентов	5.1. Для отрасли характерно наличие большого числа конкурентов, не отличающихся по объемам продаж и рыночной власти	х	
	5.2. Отрасль находится на стадии насыщения, темпы роста снижаются	х	
	5.3. Для отрасли характерны высокая стандартизация продукции и отсутствие затрат переключения	х	
	5.4. Для отрасли характерны высокие постоянные (или складские) расходы либо продукция относится к категории скоропортящейся, что стимулирует снижение цен		х
	5.5. Для отрасли характерны значительные излишки производственных мощностей, периоды перепроизводства		х
	5.6. Отрасль характеризуется высокими барьерами выхода, которые оставляют конкурентов в отрасли	х	
	5.7. Предприятия отрасли различаются по проводимым стратегиям, происхождению или «индивидуальности»		х
Средняя оценка угрозы со стороны существующих конкурентов		\bar{X}	

При проведении экспертной оценки предложенных критериев нужно дать ответ на вопрос «**ощущается ли в отрасли влияние данного фактора**»?

Например:

1) Угроза со стороны товаров-заменителей – «Переход к товару-заменителю усложнен совместимостью продукта с изделиями других производителей». Ответ: ДА – выставаем 1 бал;

2) Угроза со стороны поставщиков – «Продукция поставщика уникальна или дифференцирована». Ответ: НЕТ – выставаем 0 баллов.

Диагностика конкурентной среды в отрасли с использованием методики «пяти сил конкуренции» проводится в несколько этапов.

Этап 1. Экспертная оценка значимости влияния отдельных факторов конкурентной среды на отрасль в целом и на функционирующие в ней предприятия по рассмотренной выше бальной шкале.

Этап 2. Расчет средней арифметической влияния факторов по каждой из пяти сил конкуренции по формуле:

$$\bar{X} = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (\text{A.1})$$

где \bar{X} – средняя оценка угрозы со стороны основных сил, которые управляют конкуренцией в отрасли;

$X_1 + X_2 + \dots + X_n$ – оценка состояния i -го фактора конкурентной среды общим числом n .

Этап 3. Расчет интегрального коэффициента влияния основных сил конкуренции на отрасль по следующей формуле:

$$K_{\text{вл}} = 0,2 * (1 - I_{\text{нк}}) + 0,1 * I_{\text{пост}} + 0,3 * I_{\text{пок}} + 0,2 * I_{\text{мз}} + 0,2 * I_{\text{ск}} \quad (\text{A.2})$$

$K_{\text{вл}}$ – интегральный коэффициент влияния основных сил конкуренции на отрасль;

$I_{\text{нк}}$ – средняя оценка угрозы со стороны новых конкурентов;

$I_{\text{пост}}$ – средняя оценка угрозы со стороны поставщиков;

$I_{\text{пок}}$ – средняя оценка угрозы со стороны покупателей;

$I_{\text{мз}}$ – средняя оценка угрозы со стороны товаров-заменителей;

$I_{\text{ск}}$ – средняя оценка угрозы со стороны существующих конкурентов;

Коэффициенты при индексах отражают относительную значимость влияния конкурентных сил на отрасль в целом и на функционирующие в ней предприятия. Наиболее важна сила воздействия потребителей, так как в зависимости от ее уровня исследуемую среду можно квалифицировать как «рынок потребителя» или «рынок производителя».

Значение интегрального коэффициента влияния конкурентной среды находящееся в диапазоне $0 < K_{\text{вл}} \leq 0,5$ означает минимальное влияние конкурентных сил или максимально благоприятную для развития отрасли и функционирующих в ней предприятий конкурентную среду. В подобных отраслях с незначительным влиянием конкурентных сил существует реальная возможность для получения вполне высоких прибылей. Условия функционирования в подобных отраслях максимально приближаются к монопольным.

Значение интегрального коэффициента влияния конкурентной среды попадающее в диапазон $0,5 < K_{\text{вл}} \leq 1,0$ означает неблагоприятную для развития отрасли и функционирующих в ней предприятий рыночную ситуацию с максимальным влиянием конкурентных сил, что свидетельствует о типе рынка с условиями близкими к чистой конкуренции. Для такой отрасли характерна низкая норма прибыльности. Конкурирующие в ней компании, вряд ли в состоянии рассчитывать на впечатляющие доходы.

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Защита индивидуального задания происходит поэтапно после изучения соответствующей темы в форме собеседования с преподавателем. В конце работа сдается в печатном и электронном виде.

Аналитическое обоснование кейса должно быть выполнено экономически грамотно, расчеты не должны содержать экономических и арифметических ошибок, должны быть сделаны соответствующие выводы и обоснованные предложения относительно целесообразности предложенных мероприятий и методов по управлению проектом. Кейс оценивается максимально в 16 баллов.

16 баллов – полное соответствие разработанного кейса требованиям к содержанию и оформлению, отсутствие ошибок управленческого, экономического, математического и грамматического характера. Кейс содержит не только текстовый и расчетный материал, но и хорошо иллюстрирован графически.

10-15 баллов – кейс содержит большую часть разделов. В большей степени есть лишь описательная часть. Или если при наличии всех структурных частей обоснование и использованные методы содержат ошибки.

До 10 баллов – количество выполненных разделов менее половины. Содержание материала не раскрыто в полной мере.

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно таким критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	3
	Самостоятельная работа	6
	Модульная контрольная работа	10
	Итого	19
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	3
	Самостоятельная работа	8
	Итого	12
Содержательный модуль 3	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	4
	Итого	9
Экзамен		60
Общий итог		100

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	зачет
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м (ул. Челюскинцев, 186) и 5-м учебных корпусах (ул. Челюскинцев, 189 в) университета. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническая база учебной лаборатории «Проблем организации международного бизнеса», читальный зал №4 периодической литературы.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Наименование основной литературы

№ п/п		Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС ДонНУ
1	Портер, М. Э. Конкуренция: обновленное и расширенное издание / М. Э. Портер. - Москва: Вильямс ; Санкт-Петербург, 2010. - 591 с.	1	
2	Международная конкурентная среда: учебно-методическое пособие для студентов магистратуры укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00 «Экономика и управление» /Е.С. Кравченко – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019. – 95 с.		+
Наименований основной литературы: 2		1 печатный экземпляр	1 электронный ресурс
Наименования дополнительной литературы			
			Наличие в ЭБС «Университетска я библиотека ONLINE»
1	Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 195 с.		+
2	Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – 2-е изд., пере-раб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 295 с.		+
3	Варламова, А.Н. Правовое обеспечение развития конкуренции / А.Н. Варламова ; авт. вступ. ст. Б.И. Пугинский ; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра коммерческого права и основ правоведения. – Москва : Статут, 2010. – 301 с.		+
4	Юрьева, Л.В. Основы стратегического конкурентного анализа / Л.В. Юрьева ; науч. ред. И.Н. Илышева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 53 с.		+
Наименований дополнительной литературы: 4		0 печатных экземпляров	4 электронных ресурсов
Всего по дисциплине «Международная конкурентная среда» Наименований: 7		1 печатный экземпляр	5 электронных ресурсов
Периодические издания			
№ п/п		Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС «Elibrary»

1	Журнал «Конкуренция и рынок» WWW-адрес: http://www.konkir.ru		+ Доступный архив 2001-2014
2	Журнал «Современная конкуренция». WWW-адрес: http://www.moderncompetition.ru		+ Доступный архив 2007-2019
	Наименований 2	0 печатных изданий	2 электронных ресурса

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Научная библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru

2. Дистанционный курс «Международная конкурентная среда». Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. – Режим доступа: <http://ef.donnu-support.ru/moodle/course/view.php?id=249>

3. Национальная ассоциация управления проектами СовНет Режим доступа: <http://www.sovnet.ru/>

4. Project Management Institute. Режим доступа: <https://www.pmi.org/>

5. International Project Management Association. Режим доступа: <https://www.ipma.world/>

6. Центр оценки и развития проектного управления. – Режим доступа: <https://www.isopm.ru/>

7. Проектная практика. Режим доступа: <https://pmpractice.ru/>

8. Спайдер проджект. Режим доступа: <http://www.spiderproject.com/ru/>

9. Технологии управления Спайдер Украина. Режим доступа: <http://spiderproject.com.ua/>

10. Альт-Инвест. Режим доступа: <https://www.alt-invest.ru/company/>

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);

2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);

3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);

4. Лицензии GPL, для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры международного бизнеса и делового администрирования ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол № ____ от _____.____.20__ г.

Зав.кафедрой

О.Л. Некрасова

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры международного бизнеса и делового администрирования ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол № ____ от ____ . ____ . 20 ____ г.

Зав.кафедрой

О.Л. Некрасова