

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегия выхода на международные рынки (Exit strategy to international markets)  
наименование дисциплины

**Автор:** к.э.н. Мартиросян Э. Г.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.02 Менеджмент

**Квалификация (степень) выпускника:** Магистр

**Форма обучения:** Очная

### Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.2	Способность проводить согласование вариантов и выбор стратегии предприятия; оценивать влияние принятого решения на различные функциональные подсистемы предприятия; разрабатывать программы организационного развития и снятия сопротивлений проводимым изменениям; проводить оценку эффективности программ осуществления организационных изменений; управлять внешними факторами, влияющими на изменения

### План курса:

#### Тема 1: Введение. Ключевые показатели роста

Определение ключевых моментов развития корпоративного бизнеса – географическая экспансия, расширение каналов сбыта, разработка портфолио новой продукции, инновации – характерные ситуации для применения каждого из этих ключевых моментов.

#### Тема 2: Типы экспансии. Размеры экспансии

Основные типы географической экспансии в международном бизнесе – глобальная, на уровне континента, региона, страны

Выбор типа экспансии в зависимости от задач корпоративного бизнеса

Примеры из мировой бизнес-практики реализации стратегий экспансии глобального, континентального, регионального и национального уровня.

Методология оценки эффективности выбранного типа экспансии.

В соответствии с темой исследования методология оценки эффективности выбранного типа экспансии с учетом 4-факторов: цель экспансии, охват экспансии,

стоимость экспансии, период экспансии.

Для каждого из кейсов рассматриваем по два примера – экспансия провалилась, и экспансия была успешной. Анализ и обучение.

### **Тема 3: Требование пополнения маржи**

Понятие маржинальной прибыли и изменение направления бизнеса в зависимости от его целей

Основные источники финансирования захватнической деятельности, в том числе прогнозируемый и текущий уровень валовой прибыли.

Карта распределения норм валовой прибыли по странам и присутствие экспансии определяются наличием долго- и среднесрочных целей с точки зрения валовой прибыли

Варианты разрешения вечной дилеммы для корпоративного бизнеса – лидерство на рынке или максимальная совокупная валовая прибыль. Примеры успешного ведения корпоративного бизнеса.

### **Тема 4: Стратегический анализ нового рынка**

Метод поэтапного анализа нового рынка

Четыре области анализа: показатели развития в стране, давление административного сектора, показатели развития производства, рынка, оценка потенциальных бизнес-партнеров.

Методология составления отчета об исследовании нового рынка.

### **Тема 5: Оценка нового рынка (практическое руководство)**

Пошаговая технология выбора операций для совершения на новом рынке: изменение цепочки начисления стоимости, необходимость адаптации продукта, разработка торговой политики, составление маркетингового бюджета и поиск источников финансирования, поиск, отбор и заключение контрактов с бизнес-партнерами, моделирование логистических операций.

### **Тема 6: Формирование цепочки начисления стоимости**

Построение цепочки начисления добавочной стоимости при выходе на новый международный рынок.

Вторая стратегия - «цепочки добавленной стоимости сверху-вниз» и «цепочки снизу вверх». Анализ стратегий с точки зрения их применимости в корпорации в текущем ее состоянии

Разработка в аудитории (on line) цепочки начисления добавочной стоимости для компании Splat Cosmetics при выходе на китайский рынок.

### **Тема 7: Стратегии выхода на новый рынок**

Каковы основные стратегии выхода на международные рынки, их характеристика и анализ с точки зрения слабых и сильных сторон, возможностей и угроз (SWOT):

Стратегия на международном рынке:

Прямые экспортные операции по договорам купли-продажи

Организация местного производства

Лицензирование

Операции по договору франшизы

Создание совместных предприятий (JOINT VENTURES)

Открытие линий собственных представителей

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

**Вопросы для дискуссии:**

Что такое стратегический менеджмент и его компоненты;

Выработка стратегии;  
Инструменты и этапы стратегического анализа;  
Современные методы внедрения организационных преобразований и особенности этого процесса на практике;  
Этапы и проектирование организационных преобразований;  
Модели проведения организационных преобразований.

### **Типовые оценочные средства**

В конце курса проводится 1,5-часовой многовариантный тест, задача которого определить уровень понимания и овладения студентами ключевыми понятиями и схемами стратегий выхода на новый рынок.

### **Основная литература:**

- 1.Strategy Beyond Markets, edited by Figueiredo, John M. de, et al., Emerald Group Publishing Limited, 2016. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4529651>.