

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегия выхода на новые рынки (New market entry strategy)

наименование дисциплины

Автор: к.э.н. Мартirosян 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-3	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач.	ПК-3.3	Овладение навыками менеджера; навыками работы с нормативно-правовой документацией; навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений.

План курса:

Тема 1: Ключевые аспекты развития корпоративного бизнеса

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

Тема 2: Основные типы бизнес-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

Тема 3: 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 одновременно.

Тема 4: Понятие маржинальной прибыли и изменение направления бизнеса в зависимости от 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 совокупная валовая прибыль. Примеры успешного ведения корпоративного бизнеса.

Тема 5: 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 6: Технология выбора операций для совершения на новом рынке

- 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 7: Поэтапное начисление добавочной 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 8: Основные типы стратегий выхода на новые международные рынки

- 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:

Темы 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;

Системный подход к анализу текущей ситуации на предприятии;

Прогнозирование эффективности текущей стратегии в будущем;

Инструменты повышения качества управленческих стратегий;

Возможности девелоперских программ по повышению эффективности деятельности организации и снижению сопротивляемости происходящим преобразованиям;

Проектное управление внедрением преобразований.

Типовые оценочные средства

Презентация на следующие темы:

Деятельность на международном уровне: глобальное присутствие или регионализация

Многострановая стратегия

Глобальная стратегия

Транснациональная стратегия

Стратегия на уровне международного бизнеса

Выбор способа выхода компании на международный рынок

Международная диверсификация и доходы

Международная диверсификация и инновации

Риски в условиях международной среды

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>.