

СТРАТЕГИИ УСПЕХА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Цель изучения - сформировать у студентов системное представление о стратегических подходах к ведению и развитию международного бизнеса в условиях глобальной конкуренции и меняющейся геополитической и экономической среды; развить навыки анализа, разработки и оценки стратегий выхода компаний на зарубежные рынки, выбора эффективных моделей международной деятельности и управления рисками при осуществлении внешнеэкономических операций.

В результате освоения программы слушатель:

- поймёт специфику стратегического планирования в условиях международной бизнес-среды;
- усвоит основные виды международных стратегий (экспорт, франчайзинг, альянсы, прямые инвестиции и др.);
- изучит методики анализа внешней среды, конкурентных позиций и внутренних ресурсов компании на глобальных рынках;
- ознакомится с культурными, институциональными и политическими факторами, влияющими на выбор и реализацию стратегии;
- научится анализировать и сравнивать зарубежные рынки с точки зрения стратегических перспектив; применять инструменты стратегического контроля и оценки эффективности решений; разрабатывать комплексные стратегии для компаний, ориентированных на внешние рынки; работать с аналитическими данными, стратегическими картами и цифровыми инструментами оценки.

Объем программы: 180 ак. ч., в том числе 40 аудиторных часов.

Форма обучения: очная с применением ДОТ.

Период обучения: с сентября 2025 г. по декабрь 2025 г.

Требования к обучающимся: иметь продвинутое знание в области экономики.

Ограничение по количеству обучающихся: 25 человек.

Структура программы:

Тема 1. Международная торговая среда и стратегии глобального роста

- 1.1. Тенденции и факторы глобализации торговли.
- 1.2. Международные торговые организации и их влияние (ВТО, региональные объединения).
- 1.3. Особенности стратегий торговых компаний в условиях внешнеэкономических ограничений.

Тема 2. Виды международных стратегий

- 2.1. Экспортная стратегия, лицензирование, франчайзинг.
- 2.2. Совместные предприятия и стратегические альянсы.
- 2.3. Полномасштабный выход на рынок: дочерние компании, Greenfield и M&A.

2.4. Адаптация vs стандартизация: локальные и глобальные подходы.

Тема 3. Культурные, политические и институциональные аспекты стратегий.

3.1. Межкультурные различия (модели Хофстеде, Халл и др.).

3.2. Институциональные риски, санкционные режимы, экономическая безопасность.

3.3. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие как стратегические факторы.

Тема 4. Конкурентные преимущества и стратегическое позиционирование.

4.1. Определение ключевых компетенций компании.

4.2. Стратегии лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования (по М. Портеру).

4.3. Брендинг и репутация на международных рынках.

Тема 5. Инструменты оценки и контроля стратегии.

5.1. KPI, Balanced Scorecard, ROI и другие метрики.

5.2. Мониторинг и адаптация стратегии в условиях неопределённости.

5.3. Цифровизация и бизнес-аналитика в международной стратегии.

Практикум: Стратегический проект

- Командная работа над разработкой стратегии выхода на зарубежный рынок для выбранной компании.

- Анализ рисков, выбор партнёров, маркетинговое обоснование.

- Презентация проекта, защита.

Подготовка к итоговому контролю и зачёту.

- Обобщение материала.

- Решение практических задач.

- Разбор кейсов.

- Консультации.

Формы контроля.

- Участие в семинарах и кейс-дискуссиях.

- Индивидуальные и групповые проекты.

- Промежуточные тесты.

- Итоговая презентация стратегии.



Руководитель программы:

Никифорова Жанна Александровна

• Доцент Высшей школы сервиса и торговли, кандидат филологических наук