

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

Мета – формування системи теоретичних знань і практичних навичок з міжнародної конкурентоспроможності підприємств, умінь оцінювати їх позицію на світовому ринку і розвивати конкурентні переваги.

Завдання — вивчення ключових проблем міжнародної конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей і національної економіки, міжнародних стратегій конкурентної поведінки, набуття вмінь визначати й оцінювати показники і фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємств різних типів, розробляти програми її підвищення, аналізувати форми і методи конкуренції в трансформаційний період, вибрати оптимальні стратегії українських підприємств на зарубіжних ринках.

Після вивчення курсу студенти повинні знати:

- умови виникнення та роль конкуренції в ринковій економіці;
- основні риси конкуренції;
- етапи оцінки конкурентоспроможності товару (послуги);
- фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства;
- принципи досягнення конкурентоспроможності.

Після вивчення курсу студенти повинні вміти:

- аналізувати міжнародне конкурентне середовище підприємства;
- визначати і диференціювати мікростратегії міжнародної конкурентоспроможності;
- аналізувати фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства (організації).