

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες
για Νέους Πτυχιούχους
Αναλυτικό Περίγραμμα του Μαθήματος
Εισηγητής: Γιάννης Χατζηδημητρίου, Καθηγητής
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**

Η Φιλοσοφία και Στόχοι του Μαθήματος

Η ανάπτυξη της *εξωστρέφειας*, εμπορικής και παραγωγικής, των επιχειρήσεων αποτελεί ένα από τα θέματα αιχμής στη διεθνή επιχειρηματική σκηνή τις τελευταίες δεκαετίες. Όσον αφορά τις Ελληνικές επιχειρήσεις, η σημασία της ανάπτυξης της *εξωστρέφειάς* τους, δηλαδή της περεταίρω διεθνοποίησης των εμπορικών και παραγωγικών δραστηριοτήτων τους, αποτελεί πλέον θέμα ακόμα πιο μεγάλης κρισιμότητας και σημασίας λόγω της πρωτοφανούς οικονομικής κρίσης που επικρατεί από το 2010 και μετά, και που συνοδεύτηκε από την κατάρρευση της ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες στην εγχώρια αγορά από τα νοικοκυριά, τις επιχειρήσεις και το δημόσιο. Εκατοντάδες, αν όχι χιλιάδες, Ελληνικές επιχειρήσεις στράφηκαν επιχειρηματικά προς τις ξένες αγορές για να βρουν νέες πηγές εσόδων και κερδών, έτσι ώστε να αντισταθμίσουν τις απώλειες που είχαν στην εγχώρια αγορά και να επιβιώσουν ή και να αυξήσουν τις συνολικές πωλήσεις και τα κέρδη τους, αυξάνοντας ταυτόχρονα και το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολούν.

Ωστόσο, η απόφαση της διοίκησης μιας επιχείρησης να αναπτύξει διεθνείς δραστηριότητες για πρώτη φορά, ξεκινώντας κατά κανόνα με εξαγωγές, συνεπάγεται την ανάγκη να απαντηθούν ερωτήματα όπως “*Σε ποια χώρα να δραστηριοποιηθούμε εξαγωγικά;*”, “*Με ποια κριτήρια θα επιλέξουμε τη χώρα που θα δραστηριοποιηθούμε εξαγωγικά;*”, “*Με ποιον τρόπο θα κάνουμε εξαγωγές;*” και πολλά άλλα. Επιπλέον, οι διοικήσεις των επιχειρήσεων που ήδη έχουν διεθνείς δραστηριότητες θα έρθουν αντιμέτωπες με σχεδόν τα ίδια ερωτήματα εάν σκέπτονται να επεκτείνουν τις εξαγωγικές τους δραστηριότητες και σε άλλες χώρες και αγορές. Ακόμη πιο σοβαρά ερωτήματα ανακύπτουν για τις επιχειρήσεις που διερευνούν την περίπτωση να παράξουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε μια ξένη χώρα. Τα ερωτήματα αυτά έχουν σχέση με τα κριτήρια αξιολόγησης και επιλογής της χώρας, καθώς και την επιλογή της πλέον κατάλληλης στρατηγικής παραγωγής τους στη χώρα αυτή. Και, φυσικά, όλα τα παραπάνω ερωτήματα ανακύπτουν κάθε φορά που, ακόμη και οι επιχειρήσεις με το πλέον έμπειρο στις διεθνείς δραστηριότητες στελεχιακό δυναμικό, αποφασίζουν να επεκταθούν εξαγωγικά ή/και παραγωγικά σε νέες ξένες αγορές.

Τα ερωτήματα αυτά, αλλά και πολλά άλλα που αφορούν στην οργάνωση της συνολικής παρουσίας της επιχείρησης στις διεθνείς αγορές, μελετώνται και απαντώνται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο μέσα από τη διαδικασία διαμόρφωσης της *Διεθνούς Επιχειρηματικής Στρατηγικής* της επιχείρησης. Στο μάθημα αυτό θα εξεταστούν θέματα σχετικά με τη σημασία, τη διαμόρφωση και τη χάραξη στρατηγικής όσον αφορά στην εμπορική και παραγωγική δραστηριοποίηση της επιχείρησης στο έντονα ανταγωνιστικό διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον. Η συζήτηση πραγματικών περιπτώσεων διεθνούς επέκτασης στη διάρκεια των διαλέξεων θα αναδείξει τους τρόπους με τους οποίους τα θέματα αυτά εφαρμόζονται στην πράξη από τις διεθνοποιημένες επιχειρήσεις.

Υλικό Μελέτης

Η μελέτη συμπεριλαμβάνει τα κεφάλαια 3 και 4 από το βιβλίο “Χατζηδημητρίου, Γ.Α., *Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες*, Εκδόσεις Ανικούλα, Θεσσαλονίκη, 2003”, καθώς και τα ακόλουθα τα οποία θα αναρτηθούν στο Compu σε μορφή pdf.

1. Χατζηδημητρίου, Ι. και Ποργιανός, Ι., *Ανάπτυξη και Συγκριτική Ανάλυση των Θεμελιωδών Θεωριών Διεθνοποίησης (Επικαιροποιημένη Έκδοση)*.
2. Τσίγκου, Ε., *Οι Παράγοντες Επιτυχίας του Εξαγωγικού Εγχειρήματος των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, Διπλωματική Εργασία στο ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA), 2015, Κεφ. 3 – 5.
3. Morschett, D., Schramm-Kleinb, H. and Swoboda, B., *Decades of Research on Market Entry Modes: What do we Really Know About External Antecedents of Entry Mode Choice?*, Journal of International Management, vol. 16, 2010, 60–77 (και μεταφρασμένο).

Αξιολόγηση

Η αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών θα βασιστεί στα ακόλουθα:

- α. Στη συγγραφή μια ομαδικής εργασίας (2 ή 3 άτομα) στην οποία θα περιγράψετε και θα σχολιάσετε τη διεθνή επιχειρηματική στρατηγική, εξαγωγική και παραγωγική, μιας διεθνοποιημένης επιχείρησης (50% του τελικού βαθμού). Το μέγεθος της εργασίας θα εξαρτηθεί από το μέγεθος της ομάδας. Οι εργασίες θα παρουσιαστούν στην τελευταία διάλεξη του μαθήματος.
- β. Στην τελική γραπτή εξέταση (50% του τελικού βαθμού).

Ώρες Γραφείου

Πέμπτη – Παρασκευή 3:30 – 4:30 μ.μ., καθώς και άλλες μέρες και ώρες κατόπιν συνεννόησης. Γραφείο 312, 3^{ος} Όροφος, κτήριο ΗΘ, τηλ. 2310–891585, φαξ 2310–891544, e-mail hajidim@uom.edu.gr.

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

1. Beamish, P.W. and Lupton, N.C., *Cooperative Strategies in International Business and Management: Reflections on the Past 50 Years and Future Directions*, Journal of World Business, vol. 51, 2016, 163–175.
2. Brouthers, L.E., Nakos, G., Hadjimarcou, J. and Brouthers, K.D., *Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms*, Journal of International Marketing, vol. 17(3), 2009, 21–38.
3. Canabala, A. and White, G.O. III, *Entry Mode Research: Past and Future*, International Business Review, vol. 17, 2008, 267–284.
4. Domurath, A. and Patzelt, H., *Entrepreneurs’ Assessments of Early International Entry: The Role of Foreign Social Ties, Venture Absorptive Capacity, and Generalized Trust in Others*, Entrepreneurship: Theory and Practice, September 2016.
5. Gomes, E., Barnes, B.R. and Mahmood, T., *A 22 Year Review of Strategic Alliance Research in the Leading Management Journals*, International Business Review, vol. 25, 2016, 15–27.
6. Hoffman, R.C., Munemo, J. and Watsonb, S., *International Franchise Expansion: The Role of Institutions and Transaction Costs*, Journal of International Management, vol. 22, 2016, 101–114.

-
7. Kim, J.U. and Aguilera, R.V., *Foreign Location Choice: Review and Extensions*, International Journal of Management Reviews, vol. 18, 2016,133–159.
 8. Li, M., He, X. and Sousa M.P., *A Review of the Empirical Research on Export Channel Selection Between 1979 and 2015*, International Business Review, 2016.
 9. Navarro-García, A., Arenas-Gaitán, J., Rondán-Cataluña, F.J. and Rey-Moreno, M., *Global Model of Export Performance: Moderator Role of Export Department*, Journal of Business Research, vol. 69, 2016, 1880–1886.
 10. Navarro-García, A., *Drivers of Export Entrepreneurship*, International Business Review, vol. 25, 2016, 244–254.
 11. Ozturk, A., Joiner, E. and Cavusgil, S.T., *Delineating Foreign Market Potential: A Tool for International Market Selection*, Thunderbird International Business Review, vol. 57(2), 2015.
 12. Papadopoulos, N. and Martín Martín, O., *International Market Selection and Segmentation: Perspectives and Challenges*, International Marketing Review, vol. 28(2), 2011, 132-149.
 13. Papadopoulos, N., Martín Martín, O. and Gaston-Breton, C., *International Market Selection and Segmentation: A Two-Stage Model*, International Marketing Review, vol. 28(3), 2011, 267-290.
 14. Ragland, C.B., Brouthers, L.E. and Widmier, S.M., *Institutional Theory and International Market Selection for Direct Selling*, Marketing Intelligence & Planning, vol. 33(4), 2015, 538-555.
 15. Raglanda, C.B., Widmierb, S.M. and Brouthers. L.E., *A Factor Endowment Approach to International Market Selection*, Journal of Strategic Marketing, vol. 23(6), 2015, 497–511.
 16. Stoian, M.–C., Rialp, J. and Dimitratos, P., *SME Networks and International Performance: Unveiling the Significance of Foreign Market Entry Mode*, Journal of Small Business Management, 2016.
 17. Verbeke, A., *International Business Strategy*, 2nd ed., Cambridge University Press, 2013.

Τα άρθρα αυτά, εκτός του βιβλίου του Verbeke, θα αναρτηθούν στο Compus.