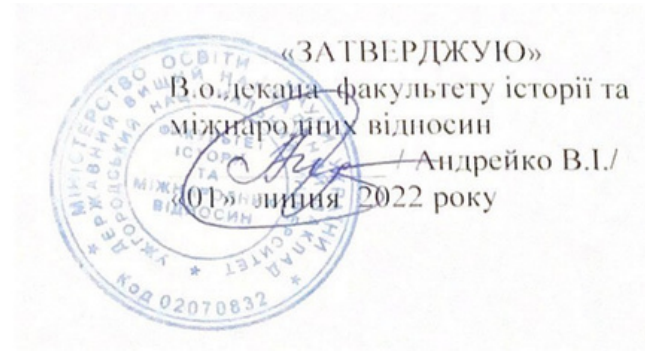


**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту**



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління конкурентоспроможністю підприємства

Рівень вищої освіти	Перший (бакалавр)
Галузь знань	07 Менеджмент
Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	Менеджмент
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова навчання	українська

Ужгород 2022

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» для здобувачів вищої освіти галузі знань **07 Управління та адміністрування** спеціальності **073 «Менеджмент»** освітньої програм «Менеджмент».

Розробник: Сойма Світлана Юріївна, - к.е.н., доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

протокол № 12 від «30» червня 2022 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин

протокол № 9 від «1» липня 2022 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

© Сойма С.Ю., 2022 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2022 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 3,5	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 105	4-ий	-
Кількість модулів – 2 Кількість змістовних модулів - 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 2 аудиторних – 50 годин самостійної роботи студента – 55 години	2-ий	-
	Лекції:	
	36	-
	Практичні (семінарські):	
	14	-
Вид підсумкового контролю: іспит	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усне опитування	Самостійна робота:	
	56	-

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу полягає у формуванні системи теоретичних і прикладних знань, умінь і навиків щодо використання методичного апарату конкурентного аналізу для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах.

Основні завдання вивчення дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» спрямовані на:

- ✓ засвоєння студентами термінологічного апарату у сфері конкуренції;
- ✓ вивчення ключових проблем конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей національної економіки, міжнародних стратегій конкурентної поведінки;
- ✓ набуття вмінь визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів;
- ✓ формування навичок стратегічного планування та вироблення конкурентних стратегій;
- ✓ опанування методики аналізу форм і методів конкуренції;
- ✓ вибір оптимальних стратегій українських підприємств на вітчизняних та зарубіжних ринках.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

загальних:

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу
- ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово
- ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
- ЗК 13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності
- ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів)

фахових:

- СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо
- СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту
- СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності
- СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички

7. Програмні результати навчання (Р)

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Інтернет-маркетинг» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

Шифр ОКЗ 1.9 Основи підприємництва та ринкової економіки

Шифр ОКЗ 1.11 Мікроекономіка

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Менеджмент», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

- ПРН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства
- ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації
- ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації
- ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи
- ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації
- ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації
- ПРН 13. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами
- ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації
- ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності

ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера

Вивчаючи дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства», студенти мають:

знати:

- сутність та особливості різних видів конкурентних переваг;
- функції і методи управління конкурентоспроможністю підприємства;
- методи формування конкурентних переваг;
- особливості визначення конкурентного статусу підприємства;
- методологічні особливості оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів всередині підприємства;

- можливості оптимізації господарських рішень та вибору альтернатив.

уміти:

- визначати конкурентну позицію підприємства та його конкурентний статус;
- аналізувати причини та умови виникнення конкурентних переваг;
- здійснювати порівняльний аналіз товарної продукції;
- здійснювати вибір бази порівняння та показників для оцінювання конкурентоспроможності підприємства;
- здійснювати комплексну оцінку конкурентоспроможності підприємства;
- визначати конкурентні стратегії підприємства;
- обґрунтувати можливості раціонального використання виробничого потенціалу підприємства;
- творчо використовувати знання, отриманні під час вивчення дисципліни.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Методи навчання: лекції, практичні (семінарські) заняття, дискусія, тренінгове заняття, ситуаційні вправи, виконання індивідуального проекту, вирішення практичних задач і ситуацій, творчі завдання, консультації, самостійна робота.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- Застосування стандартних методів навчання:
 - лекції (інформаційні, аналітичні, дискусійні, із застосуванням кейсових методів), в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення та інших ТЗН;
 - практичні-проектні заняття;
 - індивідуальні проектні завдання;
 - самостійна робота студентів.
- Застосування інтерактивних методів навчання:
 - інтерактивні стратегії навчання для заохочення мовлення: виступ, мозковий штурм, обговорення;
 - індивідуальна участь: case-study навчання, підсумкове письмове індивідуальне проектне завдання, робота над помилками, опитування, метод «запитай в того, хто знає»;
 - колективна участь: обмін партнерами, метод «викладач-студент», експертна оцінка;
 - діяльність в групах: групові методи вирішення проектних практичних завдань.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми та методи контролю:

1) форми поточного контролю: усне опитування; участь у дискусії; розгляд проблемних ситуацій; виступ на семінарських заняттях; підготовка тематичної доповіді, чи презентації; підготовка і презентація творчого індивідуального завдання тощо;

2) форма модульного контролю: письмова/усна контрольна робота; письмове тестування з теми (модулю);

3) форма підсумкового семестрового контролю: усний/письмовий іспит/залік.

Формами контролю результатів знань здобувачів вищої освіти є рубіжний (модульний) контроль, який складається із поточного контролю і модульного контрольного оцінювання, а також підсумковий (семестровий) контроль.

У відповідності до навчального плану, на вивчення дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» відведено 3 кредити, що передбачає проведення двох модульних контролів, які складається з двох змістових модулів.

Кожен змістовий модульний контроль складається з поточного контролю (ПК) та модульного контрольного оцінювання (МКО).

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять (включає, в тому числі, перевірку якості підготовки індивідуальних проектних завдань, які винесені на самостійну роботу) і має на меті перевірку рівня підготовленості студента. Формами проведення поточного контролю з дисципліни є: індивідуальні про групові проектні завдання; експрес опитування; поточне тестування; розв'язок практичних кейсів; підсумкове контрольне опитування за кожною темою.

Модульне контрольне оцінювання – процедура визначення рівня засвоєння студентом навчального матеріалу відповідної дисципліни. МКО з дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» проводиться у письмовій формі шляхом виконання проектних робіт. Форма контрольних робіт: теоретичне та практичне завдання.

До модульного контрольного оцінювання допускаються всі студенти.

Виконання контрольної роботи здійснюється студентом індивідуально. Студент може звернутися до викладача за поясненням змісту контрольного завдання.

Під час проведення модульної контрольної роботи дозволяється користуватися довідковими матеріалами, які визначені кафедрою. Студентам забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією та користуватися недозволеними матеріалами.

При порушенні студентом установлених правил проходження модульного контрольного оцінювання, викладач відсторонює його від виконання роботи, робить на ній відповідний запис і оцінює нулем балів. Результати контрольного заходу студента, який не з'явився на нього, також оцінюються нулем балів.

Результати перевірки проектних контрольних робіт доводяться до відома студентів не пізніше, ніж через три робочі дні після їх виконання. Студент, який не погоджується з оцінкою, має право звернутися до викладача і отримати ґрунтовне пояснення. У випадку незгоди з рішенням викладача, студент має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри не пізніше, ніж на наступний робочий день після оголошення результатів. Викладач і завідувач кафедри у присутності декана факультету та студента протягом трьох днів повинні розглянути апеляцію і прийняти остаточне рішення. У результаті апеляції оцінка студента не може бути знижена.

Змістові модульні контролі оцінюються максимально в 100 балів: 50 балів за поточну успішність, 50 балів за результат виконання модульної контрольної роботи. На виконання письмового компонента модульного контролю відводяться дві академічні години.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

	Поточне тестування та самостійна робота	
--	---	--

	Змістовний модуль 1				Змістовний модуль 2				Сума (сер. бал за модулі)
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	
Поточне тестування	50**				50				50
Самостійна робота	12	13	12	13	12	13	12	13	50
Всього	50**				50				100

Студент, який із поважної причини не з'явився на модульний контроль, за дозволом декана може скласти його у визначений деканатом термін.

Студент, який за результатами модульного контролю отримав оцінку «F» (0-34 бали), повинен перескласти цей модуль до проведення підсумкового (семестрового) контролю, згідно із затвердженим деканатом графіком або під час чергування викладачів на кафедрі. Без такого покращання він до підсумкового контролю не допускається.

Рейтингова оцінка з навчальної дисципліни визначається як середня арифметична сума балів, отриманих у результаті змістових модульних контролів, та виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному в таблиці нижче.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання. Завданням підсумкового контролю є перевірка глибини засвоєння студентом програмного матеріалу дисципліни, логіки та взаємозв'язків між окремими її розділами, здатність творчого використання набутих знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми, що впливає зі змісту дисципліни тощо. Підсумковий контроль з дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» проводиться у формі іспиту.

До підсумкового контролю (іспиту) з навчальної дисципліни не допускаються студенти, які не виконали умов договору про навчання та усіх видів обов'язкових робіт (практичних, ситуаційних, тощо), передбачених робочою програмою, а також за результатами модульного контролю набрали менше 35 балів.

Якщо рейтингова оцінка за модульним контролем становить не менше 60 балів, то за згодою студента вона може бути зарахована як підсумкова семестрова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає екзамен.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали оцінку «незадовільно», мають право на два перескладання: перший раз – викладачу, другий раз (у разі незадовільної оцінки при першому перескладанні) – комісії. Комісія створюється завідувачем кафедри. До складу комісії обов'язково входять лектор та завідувач кафедри. Залікова оцінка, виставлена комісією, є остаточною.

При порушенні студентом дисципліни під час проведення підсумкового контролю екзаменатор відсторонює його від складання заліку та виставляє йому оцінку «незадовільно».

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному в таблиці нижче.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	ОцінкаECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	Зараховано
82-89	B	
74-81	C	

64-73	D	Не зараховано
60-63	E	
35-59	FX	
1-34	F	

Критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка знань, умінь і практичних навичок студента з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» здійснюється за кредитно-модульною системою.

Модульне оцінювання включає оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни (див. таблицю).

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	М 1	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні заняття в т.ч.:	7	50
- Проектні групові завдання	2	10
- Проектні індивідуальні завдання	5	40
Модульна контрольна робота	1	50
Разом		100

Поточне оцінювання включає в себе перевірку рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи на занятті (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів і контрольних робіт) та індивідуальної проектної роботи студента (практичний компонент). Теоретична компонента оцінюється в 20 балів, а практична – 30.

Оцінювання активності під час аудиторних занять здійснюється у межах 50 балів у кожному змістовому модулі:

- **31-50 балів** – відвідано не менше 90% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;

- **21-30 балів** – відвідано не менше 75% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;

- **11-20 балів** – відвідано не менше 60% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре», «відмінно»;

- **1-10 балів** – відвідано не менше 50% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре».

Оцінка за будь-який вид роботи встановлюється в межах 5-8 балів та включає в себе наступні складові: 1) творчість та дієвість проекту; 2) впевнений захист; 3) виконання згідно встановлених вимог.

Контрольна робота за кожним змістовим модулем включає в себе виконання завдань репродуктивного (відтворення вивченого) характеру у формі індивідуального проектного завдання. Виконання модульної контрольної роботи оцінюється в діапазоні від 0 до 50 балів.

Контрольні роботи за обома змістовими модулями з дисципліни «Інтернет маркетинг» містять по 1 практичне завдання.

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий контроль (залік) з дисципліни «Інтернет-маркетинг» включає 1 теоретичне завдання та 1 практичне з курсу дисципліни.

Повна відповідь на теоретичне питання оцінюється в 10 балів.

Загальні критерії підсумкового оцінювання приведені в таблиці.

Оцінка	Критерій
A	здобувачі вищої освіти повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу
B	здобувачі вищої освіти оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності
C	здобувачі вищої освіти в основному оволоділи програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускають несуттєві помилки
D	здобувачі вищої освіти показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки
E	здобувачі вищої освіти виявили мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчили основні терміни курсу та орієнтуються в матеріалі базового підручника
FX	здобувачі вищої освіти не виявили достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, вивчили не всі основні терміни курсу та слабо орієнтуються в матеріалі базового підручника (оцінка передбачає виконання додаткових індивідуальних завдань для підвищення рівня знань та повторне складання підсумкового контролю)
F	здобувачі вищої освіти не виявили мінімально достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, не вивчили основних термінів курсу та не орієнтуються в матеріалі базового підручника (оцінка передбачає проходження повторного курсу навчальної дисципліни зі складанням підсумкового контролю)

Особливості використання засобів діагностики та контролю за умов дистанційного навчання

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням корпоративної мережі Google Meet названі засоби, методи і форми визначаються за домовленістю зі студентським колективом і, в залежності від зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відео-конференцій.

Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів.

Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі.

Планування лекційних і семінарських занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту (заліку) здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до гугл-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1

Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства

Мета, завдання, об'єкт, предмет, методологія та інформаційна база вивчення дисципліни; її взаємозв'язки з іншими дисциплінами та науками. Сутність категорій «конкуренція», «конкурентоспроможність»; роль оцінки конкурентоспроможності підприємства в підприємницькій діяльності.

Тема 2 Конкурентні переваги підприємства

Методологія аналізу конкурентних переваг різних об'єктів, класифікація методів управління конкурентними перевагами, аналіз діяльності конкурентів. Теорія управління конкурентними перевагами на основі їх ексклюзивних цінностей: сутність та класифікація цінностей, методичні основи управління конкурентними перевагами різних об'єктів.

Тема 3 Діагностика конкурентоспроможності підприємства

Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю, ієрархічна структура конкурентоспроможності, принципи управління конкурентоспроможністю. Критерії конкурентоспроможності підприємства та їх класифікація. Макро- та мікроекономічні фактори конкурентоспроможності підприємства. Конкурентний статус підприємства, його оцінка.

Тема 4 Оцінка конкурентоспроможності продукції

Методика оцінки конкурентоспроможності промислової продукції. Зведена оцінка конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності підприємства. Оцінювання конкурентоспроможності продукції: комплексний підхід до підвищення якості на конкурентоспроможності продукції, концепція якості продукції в системі внутрішньо фірмового управління.

Модуль 2. ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Методологічні засади оцінки конкурентоспроможності

Тема 5 Оцінка конкурентоспроможності персоналу

Методика оцінки конкурентоспроможності персоналу підприємства. Використання системного аналізу при оцінці конкурентоспроможності підприємства. Загальні підходи до оцінки конкурентоспроможності регіону, галузі, держави.

Тема 6 Оцінювання конкурентоспроможності торговельної марки

Ідентифікація конкурентних переваг торговельної марки. Розробка конкурентної карти ринку за результатами використання конкурентних переваг торговельної марки. Використання інтегральної моделі оцінки конкурентоспроможності торговельної марки.

Тема 7

Тема 5. Оцінка конкурентоспроможності персоналу	16	6	2			8
Тема 6. Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки	14	4	2			8
Тема 7. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах війни	13	4	2			7
Тема 8. Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства	14	4	2			8
Разом за змістовний модуль 2	57	18	8			31
Разом за семестр	105	36	14			55

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства	1	
2	Конкурентні переваги підприємства	1	
3	Діагностика конкурентоспроможності підприємства	2	
4	Оцінка конкурентоспроможності продукції	2	
5	Оцінка конкурентоспроможності персоналу	2	
6	Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки	2	
7	Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах війни	2	
8	Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства	2	
Разом		14	-

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства	8	-
2	Конкурентні переваги підприємства	8	-
3	Діагностика конкурентоспроможності підприємства	8	-
4	Оцінка конкурентоспроможності продукції	8	-
5	Оцінка конкурентоспроможності персоналу	8	-
6	Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки	8	-
7	Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах війни	7	-

8	Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства	8	-
	Разом	55	-

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Вивчення курсу потребує використання програмного забезпечення, крім загальноновживаних програм та операційних систем (Microsoft PowerPoint, OpenOffice Impress): Тексінстачатбот, Crello Supra Aic cut.

Методичне забезпечення:

- Електронний конспект лекцій з дисципліни «Управління кокурнетоспроможністю підприємства» (електронний варіант).

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Антошкіна Л. І. Стратегічний менеджмент: [навч. посіб] / Л. І. Антошкіна, В. І. Амелюкін. – Донецьк : Юго-Восток, 2009. – 288 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід / Л. В. Балабанова, В.В. Холод ; Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.
4. Березін О. В. Стратегія підприємства : [навч. посіб] / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К.: Ліра-К, 2010. – 224 с.
5. Бичківський Р. В. та ін. Метрологія, стандартизація, управління якістю і сертифікація : [підручник] /Р. В. Бичківський, П. Г. Столярчук, П. Р. Гамула. – 2-ге вид., випр. і доп. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 560 с.
6. Боровских Н. Конкурентные стратегии: меодология формирования и развития / Н. Боровских // Маркетинг. – 2005. – С. 37-48.
7. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2. – С. 50-53.
8. Герчанівська С., Рапіцький Т. До питання управління конкурентоспроможністю підприємства / С. Герчанівська, Т Рапіцький // Галицький економічний вісник. – 2011. – №3(32). – с.103-107.
9. Дикань В. Л. Стратегічне управління конкурентоспроможністю як чинник інноваційного розвитку підприємства / В. Л. Дикань // Маркетинг: теорія і практика. – Луганськ, 2010. – №16. – С. 55–58.
10. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
11. Загорянська О. Л. Особливості формування системи управління конкурентоспроможністю продукції промислового підприємства / О. Л. Загорянська, Н. М. Литвин // Науковий вісник КУЕІТУ. Нові технології. – 2009 – №1 (23).
12. Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції / В.П. Карпюк [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf
13. Копистко О. В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / О. В. Копистко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 61-63.
14. Котельников Д. І. Управління конкурентоспроможністю: [навч. посіб.] / Д. І. Котельников, С. М. Задорожна. – К.: Видавничий Дім “Слово”, 2004. – 168 с.

Додаткова література

1. Паршина О. А. Управління конкурентоспроможністю машинобудівної продукції : [монографія] / О. А.Паршина.– Дніпропетровськ: НГУ,2008. – 280 с.
2. Порохня В. М. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / Порохня В. М., Безземельна Т. О., Кравченко Т. А.– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – 3-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
4. Романишин С. Б. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / С. Б. Романишин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12
5. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб.] / За ред. проф. І.О.Піддубного. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2004. – 264с.
6. Уткіна Ю. М. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства / Ю. М.Уткіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 35. – С. 182-186.
7. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації : [підручник] / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
8. Хмурова В.В. Управління процесом підвищення конкурентоспроможності підприємств / В.В. Хмурова // Економіка: реалії часу.– 2012. – №2(3). – С. 65-70
9. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013.– 470 с.

Додаток 1

(згідно робочого навчального плану за 2019-2020 рр.)

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 3	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 105	4-ий	-
Кількість модулів – 2 Кількість змістовних модулів - 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 2	2-ий	-
аудиторних – 50 годин	Лекції:	
самостійної роботи студента – 55 години	36	-

	Практичні (семінарські):	
	14	-
Вид підсумкового контролю: іспит	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усне опитування	Самостійна робота:	
	56	-

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: денна					
	у тому числі					
	Усього	лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
2-й семестр						
Модуль 1						
Змістовний модуль 1						
Тема 1. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства	13	4	1			8
Тема 2. Конкурентні переваги підприємства	13	4	1			8
Тема 3. Діагностика конкурентоспроможності підприємства	13	4	2			8
Тема 4. Оцінка конкурентоспроможності продукції	16	6	2			8
Разом за змістовний модуль 1	48	18	6			24
Змістовний модуль 2						
Тема 5. Оцінка конкурентоспроможності персоналу	16	6	2			8
Тема 6. Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки	14	4	2			8
Тема 7. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах війни	13	4	2			7

Тема 8. Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства	14	4	2			8
Разом за змістовний модуль 2	57	18	8			31
Разом за семестр	105	36	14			55

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства	1	
2	Конкурентні переваги підприємства	1	
3	Діагностика конкурентоспроможності підприємства	2	
4	Оцінка конкурентоспроможності продукції	2	
5	Оцінка конкурентоспроможності персоналу	2	
6	Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки	2	
7	Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах війни	2	
8	Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства	2	
Разом		14	-

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства	8	-
2	Конкурентні переваги підприємства	8	-
3	Діагностика конкурентоспроможності підприємства	8	-
4	Оцінка конкурентоспроможності продукції	8	-
5	Оцінка конкурентоспроможності персоналу	8	-
6	Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки	8	-
7	Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах війни	7	-
8	Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства	8	-
Разом		55	-

Затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту протокол № 12 від «30 » червня 2022 р.

Завідувач кафедри _____ Дюгованець О.М.

