


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ**  
**Кафедра менеджменту**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
навчальної дисципліни  
**«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ»**

<b>рівень вищої освіти</b>	другий (магістерський)
<b>галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>статус дисципліни</b>	вибіркова

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю» для підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма «Маркетинг».

Розробник(и):




О.О. Познякова, к.е.н.



І.П. Фоміченко, к.е.н., доцент

Погоджено з групою забезпечення освітньої програми (лише для обов'язкових дисциплін):

Керівник групи забезпечення, гарант освітньої програми:



О.Є Бурцева, к.е.н., доцент

В.о. завідувача кафедри:



І.П. Фоміченко, к.е.н., доцент

Розглянуто і ухвалено на методичному семінарі кафедри менеджмент, протокол № 10 від 30.06.2020р.

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри менеджменту, протокол № 1 від 27.08.2020р.

Розглянуто і затверджено на засіданні Вченої ради факультету економіки та менеджменту протокол № 10/08-20 від 31.08.2020р.

Голова Вченої ради факультету:


Є.В. Мироненко, д-р техн. наук, професор

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мова навчання:** українська.

**Статус дисципліни:** обов'язкова дисципліна циклу професійної підготовки.

**Передумови вивчення навчальної дисципліни (пререквізити):** загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти (маркетинг, менеджмент) та отримані на другому (магістерському) рівні вищої освіти (маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг).

**Предметом вивчення навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю»** є загально законодавчі, організаційні, економічні умови, які формують систему внутрішніх та зовнішніх факторів які впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни денна / заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС: 4,0	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування»</u> (шифр і назва)	<b>Дисципліна циклу професійної підготовки</b>
Модулів – 2	Спеціальність: <u>075«Маркетинг»</u> (шифр і назва)	<b>Рік підготовки:</b> 1-й
Змістових тем– 10		<b>Семестр</b> 2-й
Індивідуальне завдання: <u>кейс, ієрархія робіт</u> (назва)		<b>Лекції</b> 18/8 год.
Загальна кількість годин – 120		<b>Практичні</b> 36/4 год.
Дисципліна Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3,0 самостійної роботи здобувача – 3,7	Ступінь вищої освіти: магістр	<b>Самостійна робота</b> 66/108 год.
		Вид контролю: екзамен

**Примітка.**

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання - 3/3,7 (54/66).

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Метою** викладання дисципліни «Управління конкурентоспроможності» Формування у майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізму та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності підприємства, а також набуття ними навиків та вмій дослідження стану конкуренції, аналізу та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, розроблення та практичного застосування стратегії підтримування та нарощування її конкурентних переваг.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є: у наданні знань в галузі методології та методів визначення конкурентоспроможності та практичних навичок щодо використання цих методів з метою: засвоєння здобувачами термінологічного апарату у сфері конкуренції; вивчення ключових проблем конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей національної економіки; набуття вмій визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів; формування навичок стратегічного планування та вироблення стратегій конкуренції на ринку; аналізувати форми і методи конкуренції в трансформаційний період; вибирати оптимальні стратегії розвитку українських промислових підприємств.

## 3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисципліна «Управління конкурентоспроможністю» забезпечує набуття здобувачами вищої освіти **компетентностей**:

Компетентності відповідно до освітньо-професійної програми	
Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зав'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу

Дисципліна «Управління конкурентоспроможністю» забезпечує набуття здобувачами вищої освіти наступних **результатів навчання**:

<i><b>Програмні результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми</b></i>	
	ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
	ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
	ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
	ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
	ПРН 16. Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств

Співвідношення компетентностей із програмними результатами навчання

<i><b>Компетентності</b></i>	<i><b>Програмні результати навчання</b></i>					
	<b>ПРН 1</b>	<b>ПРН 6</b>	<b>ПРН 8</b>	<b>ПРН 10</b>	<b>ПРН 15</b>	<b>ПРН 16</b>
<b>ЗК 1</b>		+		+		+
<b>ЗК 2</b>			+	+		
<b>ЗК 3</b>						+
<b>ЗК 4</b>						+
<b>ЗК 5</b>			+			
<b>ЗК 6</b>					+	+
<b>ЗК 8</b>		+				
<b>СК 1</b>	+	+				+
<b>СК 2</b>	+	+			+	
<b>СК 3</b>					+	
<b>СК 4</b>			+			
<b>СК 5</b>					+	+
<b>СК 6</b>		+		+		
<b>СК 7</b>				+	+	
<b>СК 8</b>		+		+		+
<b>СК 9</b>						

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен набути такі результати навчання:

***Знання:***

теоретичні основи і понятійний апарат дисципліни;  
 основні елементи механізму конкурентної боротьби й що допускає розробка стратегії конкуренції на основі прогнозування дій підприємства;  
 елементи механізму конкурентної боротьби й що допускає розробка стратегії конкуренції на основі прогнозування дій підприємства;  
 види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкта аналізу;  
 фактори створюють і утримують конкурентні переваги підприємства й чому;  
 конкурентний статус і яка методика його оцінювання;  
 стратегії та тактики ведення конкурентної боротьби при здійсненні господарської діяльності підприємствами і організаціями.

***Уміння:***

досліджувати та аналізувати ринкові можливості підприємства;  
 визначати його цільовий ринок,;  
 використовувати отримані знання для розрахунку конкурентоспроможності товару і підприємства,  
 інтенсивність конкуренції на ринку,  
 створювати ефективні канали розподілу товару та мережі його продажу;  
 розробляти і обґрунтовувати стратегічні плани розвитку підприємства та його товарної політики з урахуванням дій конкурентів.

***Комунікація:***

володіння спеціальною термінологією управління конкурентоспроможністю;  
 зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб які навчаються;  
 використання державної та іноземної мови у професійній діяльності;  
 практикувати дотримання етичних принципів ведення дискусій та оприлюднення результатів наукової праці.

***Автономність та відповідальність:***

прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування;  
 відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди;  
 здатність до подальшого навчання.

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Обсяг у годинах									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	пз	лаб	с.р		л	пз	лаб	с.р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Змістовий модуль 1 Теоретичні основи конкуренції, конкурентоспроможності, конкурентної переваги, конкурентного статусу</b>										
Тема 1. Введення в дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства»	12	2	4		6	10,5	0,5	-	-	10
Тема 2. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.	12	2	4		6	11,5	0,5	-	-	11
Тема 3. Конкурентне середовище підприємства	12	2	4		6	13	1	1	-	11
Тема 4. Конкурентні переваги підприємства.	12	2	4		6	13	1	1	-	11
<b>Змістовий модуль 2 Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю</b>										
Тема 5. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства	12	2	4		6	13	1	1	-	11
Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання.	12	2	4		6	12	1	-	-	11
Тема 7. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства	12	1	2		9	12	1	-	-	11
Тема 8. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.	12	1	2		9	12	1	--	-	11
Тема 9. Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.	12	2	4		6	10,5	0,5	-		10
Тема 10. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях	12	2	4		6	12,5	0,5	1		11
<b>УСЬОГО ГОДИН</b>	<b>120</b>	<b>18</b>	<b>36</b>		<b>66</b>	<b>120</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>108</b>

#### 5. ЗМІСТ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Змістовий модуль 1 Теоретичні основи конкуренції, конкурентоспроможності, конкурентної переваги, конкурентного статусу**

**Тема 1. Введення в дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства»**

Предмет і завдання дисципліни «Управління конкурентоспроможністю». Теоретичні основи та методична база управління конкурентоспроможністю підприємства. Форми організації навчального процесу і методичне та бібліографічне забезпечення курсу.

**Тема 2. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.**

Сутність і види економічної конкуренції. Еволюція поглядів на конкуренцію. Конкуренція, як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби. Конкуренція й підприємство. Види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкту аналізу. Ринковий напрям теорії конкурентних переваг. Ресурсний напрям теорії конкурентних переваг.

### **Тема 3. Конкурендне середовище підприємства**

Основні складові конкурентного середовища. Модель «п'яти сил конкуренції» М. Портера та її елементи. Державна політика в сфері регулювання конкуренції. Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції. Чинники, що впливають на силу конкурентної боротьби. Методи оцінювання інтенсивності конкуренції. Показники концентрації виробництва в галузі. Аналіз діяльності конкурентів. Інформаційне забезпечення та структура аналізу діяльності конкурентів. Методика побудови та інтерпретація конкурентної карти ринку та карти стратегічних груп.

### **Тема 4. Конкуренвні переваги підприємства.**

Сутність ключові чинники успіху: поняття та класифікація. Тактичні та стратегічні чинники конкурентної переваги підприємства. Властивості конкурентних переваг. Порівняльний характер конкурентних переваг. Залежність конкурентних переваг від конкретних умов і причин. Життєвий цикл конкурентної переваги. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг. Концепція «ланцюга створення вартості» та її застосування при реалізації конкурентних переваг. Види та джерела формування конкурентних переваг.

## **Змістовий модуль 2 Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю**

### **Тема 5. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства**

Система конкурентних стратегій підприємства. Сутність поняття «конкурентна стратегія». Найбільш поширені класифікації стратегії ринкової конкуренції. Загальні стратегії конкуренції. Базові стратегії конкуренції. Стратегії конкурентної поведінки підприємства. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія. Ситуаційне проектування конкурентної стратегії. Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку.

### **Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання.**

Критерії та чинники конкурентоспроможності товару.

Конкурентоспроможність продукції – основа формування конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Якість товару (послуг) – основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності. Оптимізація співвідношення ціни, якості та обслуговування як основна мета управління конкурентоспроможністю товару. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару (послуг).

### **Тема 7. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства**



Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства: виробничий маркетинговий, фінансовий, інноваційний, організаційно – культурний, кадровий, управлінський. Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Системно – процесний підхід до управління конкурентоспроможності підприємства. Цикл управління конкурентоспроможністю.

### **Тема 8. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності**

Концепція розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства. Програми підвищення продуктивності та якості як складової програм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Основні етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності. Реалізація програми підвищення конкурентоспроможності та моніторинг її перебігу. Особливості конкурентних відносин в Україні. Перспективи розвитку українських компаній.

### **Тема 9. Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства**

Внутрішні та зовнішні умови формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Середовище формування системи управління конкурентоспроможністю. Загальні положення концепції управління конкурентоспроможністю. Система організації управління міжнародною конкурентоспроможністю, її функції та моделі.

### **Тема 10. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях**

Ринкові відносини та обмеження конкуренції у світовій економіці. Державна політика в сфері регулювання конкуренції. Форми, методи та інструменти регулювання конкуренції на національному і міжнародному рівні. Конкурентне законодавство.

### **Тема 9. Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.**

Конкурентний потенціал економіки України. Цінова і нецінова конкурентоспроможність українських товарів на міжнародних ринках. Українські підприємства у міжнародному ринковому середовищі. Україна в міжнародних рейтингах конкурентоспроможності.

## **6. ТЕМИ ЛЕКЦІЙ**

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Тема 1. Введення в дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства»	2	0,5
2	Тема 2. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.	2	0,5
3	Тема 3. Конкурентне середовище підприємства	2	1
4	Тема 4. Конкурентні переваги підприємства.	2	1
5	Тема 5. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства	2	1

6	Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання.	2	1
7	Тема 7. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства	1	1
8	Тема 8. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.	1	1
9	Тема 9. Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.	2	0,5
10	Тема 10. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях	2	0,5
<b>Всього годин</b>		<b>18</b>	<b>8</b>

## 7. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Тема 1. Введення в дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства»	6	10
2	Тема 2. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.	6	11
3	Тема 3. Конкурентне середовище підприємства	6	11
4	Тема 4. Конкурентні переваги підприємства.	6	11
5	Тема 5. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства	6	11
6	Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання.	6	11
7	Тема 7. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства	9	11
8	Тема 8. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.	9	11
9	Тема 9. Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.	6	10
10	Тема 10. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях	6	11
<b>Всього годин</b>		<b>66</b>	<b>108</b>

## 8. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Тема 1. Введення в дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства» <i>Заняття 1.</i> Предмет і завдання дисципліни. Теоретичні основи та методична база управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. <i>Заняття 2</i> Форми організації навчального процесу і методичне та бібліографічне забезпечення курсу (діалог-пояснення, усне опитування, тестування)	4	-
2	Тема 2. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги <i>Заняття 3</i> Сутність і види економічної конкуренції. Еволюція поглядів на конкуренцію. Поняття конкурентної переваги. Модель п'яти сил конкуренції в галуз (діалог-пояснення, групова робота)	4	-
3	Тема 3. Тема 3. Конкурентне середовище підприємства <i>Заняття 4</i> Ринковий напрям теорії конкурентних переваг. Ре-	4	1

	сурсний напрям теорії конкурентних переваг. <i>Заняття 5</i> Модульна контрольна робота №1		
4	Тема 4. Конкурентні переваги підприємства. <i>Заняття 6</i> Сутність ключові чинники успіху: поняття та класифікація. Тактичні та стратегічні чинники конкурентної переваги підприємства. Властивості конкурентних переваг. Порівняльний характер конкурентних переваг. Залежність конкурентних переваг від конкретних умов і причин. Життєвий цикл конкурентної переваги. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг. (індивідуальне завдання). <i>Заняття 7.</i> Колоквіум за модулем №1	4	1
5	Тема 5. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства <i>Заняття 8</i> Система конкурентних стратегій підприємства. Сутність поняття «конкурентна стратегія». <i>Заняття 9</i> Ситуаційне проектування конкурентної стратегії. Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку (індивідуальне завдання)	4	1
6	Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання <i>Заняття 10</i> Критерії та чинники конкурентоспроможності товару. (індивідуальне завдання) (діалог-пояснення, групове рішення кейсів) <i>Заняття 11</i> Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Якість товару (послуг) – основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності. (індивідуальне завдання)	4	-
7	Тема 7. Система та процес управління конкурентоспроможністю <i>Заняття 12</i> Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. (діалог-пояснення, реферат)	2	-
8	Тема 8. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності <i>Заняття 13</i> Усне опитування	2	--
9	Тема 9. Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. <i>Заняття 14</i> Концепція розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства. Програми підвищення продуктивності та якості як складової програм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. (діалог-пояснення, індивідуальне завдання) <i>Заняття 15</i> Модульна контрольна робота №2	4	-
10	Тема 10. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях <i>Заняття 17</i> Поняття стратегії міжнародної конкурентоспроможності. (діалог-пояснення, індивідуальне завдання) <i>Заняття 18</i> Колоквіум за модулем №2	4	1
<b>Всього годин</b>		<b>36</b>	<b>4</b>

## 9. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

1. Види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкту аналізу.

2. Методи оцінювання інтенсивності конкуренції. Показники концентрації виробництва в галузі.
3. Види та джерела формування конкурентних переваг.
4. Концепція «ланцюга створення вартості» та її застосування при реалізації конкурентних переваг.
5. Стратегії конкурентної поведінки підприємства.
6. Оптимізація співвідношення ціни, якості та обслуговування як основна мета управління конкурентоспроможністю товару. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару (послуг).
7. Системно – процесний підхід до управління конкурентоспроможності підприємства. Цикл управління конкурентоспроможністю.
8. Основні етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності.
9. Особливості конкурентних відносин в Україні. Перспективи розвитку українських компаній.

## **10. КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ**

- 1 Конкуренція: сутність і види.
- 2 Конкуренція як рушійна сила ринку.
- 3 Конкуренція й підприємство
- 4 Стратегія конкуренції на основі прогнозування дій підприємств
- 5 Види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкта аналізу
- 6 Фактори, що впливають на конкурентоспроможність фірми
- 7 Поняття конкурентної переваги. Модель п'яти сил конкуренції в галузі.
- 8 Джерела конкурентної переваги
- 9 Фактори втримання конкурентних переваг
- 10 Класифікація й сутність основних методів управління конкурентними перевагами
- 11 Методи аналізу конкурентних переваг
- 12 Формування конкурентних переваг об'єктів на підстав
- 13 Поняття про конкурентний статус
- 14 Структурний аналіз економічної діяльності підприємства
- 15 Методика оцінювання рівня конкурентного статусу
- 16 Технологія аналізу ринку методом конкурентної діагностики.
- 17 Аналіз причин та умов виникнення конкурентних переваг
- 18 Порівняння практики ціноутворення й динаміки цін.
- 19 Структура системи забезпечення конкурентоспроможності
- 20 Зміст зовнішнього середовища системи
- 21 Організація прийняття конкурентоспроможних управлінських рішень у керуючій підсистемі

- 22 Комплексний підхід до підвищення якості й конкурентоспроможності продукції
- 23 Концепція якості продукції в системі внутрішньо фірмового управління
- 24 Загальна схема оцінювання конкурентоспроможності
- 25 Вибір номенклатури параметрів, які використовуються при оцінюванні конкурентоспроможності
- 26 Методи оцінювання конкурентоспроможності товару
- 27 Конкурентоздатність як економічна категорія
- 28 Конкурентні ринки, конкуренція та конкурентоздатність
- 29 Оцінка конкурентоздатності товару
- 30 Поведінка споживачів у системі конкурентоздатності

## 11. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Протягом семестру здобувачі вищої освіти денної форми навчання в процесі аудиторних практичних занять та самостійної роботи виконують індивідуальні завдання:

- 1) Рішення кейсу.
- 2) Рішення задач.
- 3) Розрахунок конкурентоспроможності товару;
- 4) Розрахунок конкурентоспроможності підприємства;

Протягом семестру здобувачі виконують реферат з дисципліни. Ця робота передбачає наступні етапи:

1. Закріплення теми реферату та складання плану.
2. Вивчення рекомендованої та додаткової літератури.
3. Збирання і обробка матеріалу (за необхідністю - проведення досліджень, які пов'язані з темою реферату).
4. Написання тексту і оформлення реферату.
5. Захист реферату.

У роботі обов'язково передбачається формулювання власної точки зору студента на проблему, використання багатьох літературних джерел та формулювання висновків за темою, що стосуються подальшого розвитку питання.

### Примірник завдання на контрольну роботу

#### Варіант 1

1 Конкурентоздатність як економічна категорія

2 Реклама, організація, місія, конкуренція.

3 Тест 1 Конкурентоспроможність товару:

- a) престижний товар;
- b) дефіцитний товар;
- c) товар високої якості;
- d) низькі ціни на товар;
- e) ступінь зацікавленості покупця упити товар.
- f) пропорційна несплаченій частці споживчої цінності товару.

Тест 2 Головним правилом успішного пошуку цін є:

- a) встановлення граничної виручки на рівні граничних витрат;
- b) планування витрат вищих за обсяг реалізації;
- c) планування витрат на виробництво нижчих за обсяг реалізації;
- d) встановлення високих цін на товари, які мають високий і стабільний попит.

Тест 3 Чи потрібні для збереження економічної систем закони, які б захищали нечесні дії конкурентів, такі як продаж товарів нижче собівартості:

- суспільство буде протестувати проти таких законів;
- суспільство схвалить такі закони;
- комерційні фірми підтримають такі закони;
- такі закони призведуть до створення монополізму;
- усі відповіді вірні усі не вірні.

Тест 4 На ринку монополістичної конкуренції фірма отримує додатковий прибуток за рахунок ефекту масштабу виробництва здійснюючи такі заходи:

- технологічного прориву;
- створення попиту за рахунок стандартизації потреб ринку, запропонувавши новий товар і відволікши покупців від індивідуальних замовлень;
- купівлі дрібних підприємств для реалізації переваг великомасштабного виробництва;
- використання системи привілей в торгівлі фірменними товарами;
- ліквідації непродуктивних витрат і втрат та отримання за рахунок цього цінних переваг;
- інтеграції з іншими господарськими ланками ( транспорт, торгова мережа, складські фірми);
- спеціалізації за окремим товаром або послугою;
- спеціалізації на індивідуальних замовленнях;
- активних дій на регіональному ринку, отримання переваг за рахунок концентрації товару на обмеженій території та використання єдиного центру продажу;
- усі відповіді вірні (не вірні).

**Задача 1** Визначте рівень конкурентоспроможності холодильника „NORD” порівняно з “Атлант”.

Параметр	Марка холодильника		Експертні оцінки		
	«NORD»	„Атлант”	1	2	3
<b>Об'єм, л</b>	250	265	5	7	8
Температура низькотемпературного відділення (НТО), С	-12	-18	10	9	10
Дизайн, у балах по 10-бальній шкалі	4	5	4	6	7
Збереження продуктів при відключенні напруги, год.	5	10	9	10	9

**Задача 2** Визначити ймовірність банкрутства фірм 1 і 2 за допомогою показника Z – рахунок. Дані табл. 1

Показники	Один. виміру	Фірми	
		1	2
1. Оборотні засоби	млн. грн.	2	1,2
2. Активи підприємства	млн. грн.	3,5	3,6
3. Фінансовий результат	млн. грн.	1,5	0,9
4. Дохід	млн. грн.	1,2	0,8
5. Вартість акцій підприємства	млн. грн.	1,2	0,4
6. Пасиви балансу	млн. грн.	3,5	3,6
7. Виручка від реалізації товару	млн. грн.	4,2	1,3
8. Z - рахунок			

## 12. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

(«Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 26.09.2019 р. протокол №2; «Положення про навчальний дистанційний курс і організацію навчального процесу за заочною (заочно-дистанційною) формою в системі Moodle DDMA у ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 23.06.2017 р. протокол №6).

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- 1) пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення на-

вчально-пізнавальної діяльності (*пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи*);

2) методи стимулювання навчальної діяльності (*навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні*);

3) методи контролю і самоконтролю у навчанні (*усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка*);

4) практичні методи навчання (*практичні роботи*);

5) самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.

б) виконання індивідуальних домашніх завдань.

### **13. МЕТОДИ, КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ОЦІНЮВАННЯ**

(«Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 26.09.2019 р. протокол №2; «Положення про навчальний дистанційний курс і організацію навчального процесу за заочною (заочно-дистанційною) формою в системі Moodle DDMA у ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 23.06.2017 р. протокол №6).

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи оцінювання:

Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

Передбачається використання модульно-рейтингової системи оцінювання знань. Основною формою контролю знань здобувачів в кредитно-модульній системі є складання здобувачами всіх запланованих модулів. Формою контролю є накопичувальна система. Складання модуля передбачає виконання здобувачем комплексу заходів, передбачених семестровим графіком навчального процесу та контролю знань здобувачів, затверджених деканом факультету.

## Графік освітнього процесу та оцінювання знань з дисципліни для денної форми навчання

	Розподіл між навчальними тижнями																		ЕКЗАМЕН
	2а									2б									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Лекції		2		2		2		2		2		2		2		2		2	
Практ.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
С/р	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Конс.									Конс.									Конс.	
Контрольні точки	ВК, УО	ГР	ГР	ІЗ	КР1	ІЗ	К	ІЗ	ІЗ	ГР	ІЗ	Р	УО	ІЗ	КР2	ІЗ	ІЗ	К	
Модулі.	●—————●—————●—————●—————●																		

ВК – вхідний контроль; УО – усне опитування; ГР – групова робота; ІЗ – індивідуальне завдання; КР – контрольна робота; К - колокіум

## Система оцінювання знань здобувачів в навчальному семестрі для денної форми навчання.

СИСТЕМА ОЦІНКИ					
Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування	5	81 - 89	B	добре	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Участь в груповій роботі	3				<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Індивідуальне завдання (кейс)	5	75 - 80	C	задовільно	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
Модульна контрольна робота №1	10	65 - 74	D		<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Індивідуальне завдання	10				55 - 64
Колоквіум за модулем №1	15	30 - 54	FX	незадовільно	
Участь в груповій роботі	2				0 - 29
Індивідуальне завдання	10				
Реферат	10				
Усне опитування	5				
Модульна контрольна робота №2	10				
Колоквіум за модулем №1	15				



## Система оцінювання знань здобувачів заочної форми навчання

Форма контролю	Кіл-ть балів		Стислий зміст контрольної точки	Характеристика критеріїв досягнення результатів навчання для отримання максимальної кількості балів
	max	min		
<b>1. Підсумкова тестова контрольна робота</b>	100	55	Підсумкова тестова контрольна робота складається із 20-ти тестів за темами Т1-Т10, обраних у випадковому порядку, та виконується студентом індивідуально в системі Moodle DDMA	Здобувач виконав тестові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
<b>Усього за підсумкову тестову контрольну роботу</b>	<b>100</b>	<b>55</b>	<b>Ваговий коефіцієнт за підсумкову тестову контрольну роботу – 0,4</b>	
<b>2. Екзамен</b>	100	55	Підсумковий екзамен складається із 20-ти тестів та теоретичного (ситуаційного, аналітично-розрахункового) завдання, обраних у випадковому порядку за темами Т1-Т10, та виконується студентом індивідуально в системі Moodle DDMA	Здобувач виконав тестові, теоретичні (ситуаційні, аналітично-розрахункові) завдання та навів аргументовані відповіді, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
<b>Усього за іспит</b>	<b>100</b>	<b>55</b>	<b>Ваговий коефіцієнт за екзаменаційну роботу – 0,6</b>	
<b>Всього</b>	<b>100</b>	<b>55</b>	<b>Здобувач виконав тестові, теоретичні та аналітично-розрахункові завдання та навів аргументовані відповіді, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни</b>	

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за запланованими результатами навчання навчальної дисципліни.

З метою формування та реалізації індивідуальної траєкторії навчання здобувача визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, здійснюється шляхом оцінювання в межах певного контрольного заходу у відповідності до Положення про порядок визнання в Донбаській державній машинобудівній академії результатів навчання, отриманих у неформальній освіті.

### 14. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Лекційні і практичні заняття з дисципліни «Управління конкурентоспроможністю» укомплектовано наступним обладнанням:

Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121, маркерна дошка і екран; Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=529>

## 15. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

1. 1. Управління конкурентоспроможністю: Навч. Посібник (друге видання)/ І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Познякова О.В., Баркова С.О.– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –230с

2. Управління конкурентоспроможністю: методичні вказівки до практичних занять для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання / укл.: І.П. Фоміченко, О.О. Познякова. - Краматорськ: ДДМА, 2020.- 33 с.

## 16. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література

1. Управління конкурентоспроможністю: Навч. Посібник (друге видання)/ І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Познякова О.В., Баркова С.О.– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –230с.

2. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємств: підручник / П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О., Шумська С.С., Федорченко Н.В., Гелич А.О., П'ятницький Д.В. За заг. ред. д-р. екон. наук., проф. Г.Т. П'ятницької. — К.: Видавничий дім «Кондор», 2017. — 700 с

4. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.

5. Цибульська, Е.І.. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – економіка / Е. І. Цибульська ; Нар. укр. акад. – Харків : Вид-во НУА, 2018. – 320 с.

6 Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

### Додаткова література

1. Корж М.В. Управління конкурентоспроможністю продукції у промисловій сфері: навч.посібник / М.В. Корж - Краматорськ, ДДМА, 2005. – 196с.

2. Каїра З.С. Маркетинг інтелектуальної власності Омелянчук А.І., Вишневська Н.П., Іванова О.В. Навч. посібник. ВІК, 2010.- 143 с.

3. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

### Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.

2. Офіційний веб-сайт Української Асоціації Маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>

3. Архів Журналу «Маркетинг в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

4. Закон України Про захист економічної конкуренції:  
[https://kodeksy.com.ua/pro\\_zahist\\_ekonomichnoyi\\_konkurenciyi.htm](https://kodeksy.com.ua/pro_zahist_ekonomichnoyi_konkurenciyi.htm) 5. Закон України Про захист від недобросовісної конкуренції:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text> 6. Офіційний веб-сайт Наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій» [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

### Періодичні видання

- 1 Науковий журнал: «Маркетинг і менеджмент інновацій»  
<https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/archive>
- 2 Науковий журнал: «Маркетинг в Україні»  
<http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>