



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ»



Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		магістр	
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр		2	
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		вибіркова	
Факультет			Економіки і менеджменту		Кафедра		Менеджмент	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять (денне/заочне)					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
	4	120	18/8	-	36/4	-	66/108	Екзамен

ВИКЛАДАЧІ

Контактна інформація для зв'язку з викладачем: - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;
- робочий телефон: 062-641-68-85; Дні занять та консультацій: за поточним розкладом

	Фоміченко Інна Петрівна Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА. Досвід роботи - 20 років. Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління. Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Ділове адміністрування та стратегії підприємства». Е - mail робітник: inna_fomichenko@ukr.net; Никнейм в Skype: Inna Fomichenko.		Познякова Оксана Олегівна Канд. екон. наук, старший викладач Докторант 075 «Маркетинг» Досвід роботи - 14 років. Автор понад 25 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 3 монографії з актуальних проблем економіки та стратегії підвищення глобальної конкурентоспроможності. Провідний лектор з дисциплін: Управління конкурентоспроможністю, Адміністративне, трудове, господарське право. Е - mail робітник: poznyakova.sk@gmail.com Никнейм в Skype: Oksana. Poznyakova
--	---	--	---

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Маркетинг. 2. Менеджмент 3. Маркетинговий менеджмент 4. Стратегічний маркетинг
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота магістра

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми	
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
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
Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)	
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. ПРН14. 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.	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Анотація	Оригінальність дисципліни забезпечується її спрямованістю і відповідністю цілям та завданням як управління конкурентоспроможністю підприємств, так і дослідженням сучасних процесів євроінтеграції, особливостей формування ринку/ринків Європейського союзу, в тому числі конкурентної політики.
Мета	Формування у майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізму та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності підприємства, а також набуття ними навиків та вмінь дослідження стану конкуренції, аналізу та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, розроблення та практичного застосування стратегії підтримування та нарощування її конкурентних переваг.
Формат	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – екзамен (очний, дистанційний формат)

«Правила гри»	• Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. • Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. • Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. • Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. • Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. • Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів. • Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. • За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.
-----------------------------	--

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1,2	Введення в дисципліну «Управління конкурентоспроможністю підприємства»	Практичне заняття 1,2	Заняття 1. Предмет і завдання дисципліни. Теоретичні основи та методична база управління конкурентоспроможністю торговельних організацій. Заняття 2 Форми організації навчального процесу і методичне та бібліографічне забезпечення курсу (діалог-пояснення, усне опитування, тестування)	Самостійна робота	Види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкту аналізу.
Лекція 3	Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.	Практичне заняття 3	Сутність і види економічної конкуренції. Еволюція поглядів на конкуренцію. (діалог-пояснення, групова розробка бізнес-плану)		Методи оцінювання інтенсивності конкуренції. Показники концентрації виробництва в галузі.
Лекція 4,5	Конкурентне середовище підприємства	Практичне заняття 4,5	Заняття 4 Ринковий напрям теорії конкурентних переваг. Ресурсний напрям теорії конкурентних переваг. Заняття 5 Модульна контрольна робота №1		Види та джерела формування конкурентних переваг.
Лекція 6,7	Конкурентні переваги підприємства.	Практичне заняття 6,7	Заняття 6 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). Заняття 7. Колоквіум за модулем №1.		Концепція «ланцюга створення вартості» та її застосування при реалізації конкурентних переваг.
Лекція 8,9	Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства	Практичне заняття 8,9	Заняття 8 Система конкурентних стратегій підприємства. Сутність поняття «конкурентна стратегія». Заняття 9 Ситуаційне проектування конкурентної стратегії. Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку (індивідуальне завдання)		Стратегії конкурентної поведінки підприємства.

Лекція 10	Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання.	Практичне заняття 10,11	Заняття 10 Критерії та чинники конкурентоспроможності товару. (індивідуальне завдання) (діалог-пояснення, групове рішення кейсів) Заняття 11 Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Якість товару (послуг) – основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності. (індивідуальне завдання)	Оптимізація співвідношення ціни, якості та обслуговування як основна мета управління конкурентоспроможністю товару. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару (послуг)
Лекція 12,13	Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства	Практичне заняття 12,13	Заняття 12 Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Заняття 13 Аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, організаційно – культурний, кадровий, управлінський. (діалог-пояснення, реферат)	Системно –процесний підхід до управління конкурентоспроможності підприємства. Цикл управління конкурентоспроможністю
Лекція 14,15	Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.	Практичне заняття 14	Заняття 13 Усне опитування	Основні етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності.
Лекція 16,17	Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.	Практичне заняття 15,16	Заняття 14 Концепція розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства. Програми підвищення продуктивності та якості як складової програм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. (діалог-пояснення, індивідуальне завдання) Заняття 15 Модульна контрольна робота №2	Особливості конкурентних відносин в Україні. Перспективи розвитку українських компаній.
Лекція 18	Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях	Практичне заняття 17,18	Заняття 17 Поняття стратегії міжнародної конкурентоспроможності. (діалог-пояснення, індивідуальне завдання) Заняття 18 Колоквіум за модулем №2	Вимірювання рівня конкурентоспроможності на рівні галузі. Галузевий портфель української промисловості

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unіc 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>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

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.	Додаткові джерела	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 1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.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 5. Закон України Про захист від недобросовісної конкуренції: https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-vp#Text 6. Офіційний веб-сайт Наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій» [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/
---------------------------	---	--------------------------	---

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий 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	Достатній 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 (розробка бізнес-плану)	3				Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Індивідуальне завдання (кейс)	5				
Модульна контрольна робота №1	10	75 - 80	C		
Індивідуальне завдання (мережеве планування)	10	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
Колоквіум за модулем №1	15				
Участь в груповій роботі (складання бюджету проекту)	2	55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Індивідуальне завдання (ієрархія робіт проекту)	10				
Реферат	10	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Усне опитування	5				
Модульна контрольна робота №2	10	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Колоквіум за модулем №1	15				

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

