МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»

Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(на основі Освітньої програми «Маркетинг» 2016 р.)

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Освітня програма Маркетинг
Спеціальність 075 Маркетинг
Галузь знань 07 Управління і адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 28 серпня 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання та компетентності
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Управління конкурентоспроможністю підприємства
Викладач (-і)	Гринів Любов Володимирівна, к.е.н., доц. кафедри менеджменту і маркетингу
Контактний телефон викладача	+380506817089
E-mail викладача	liubov.hryniv@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів ЄКТС, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді та сайті кафедри https://kmim.pnu.edu.ua/

2. Анотація до навчальної дисципліни

Предметом навчальної дисципліни є вивчення конкретних форм економічної конкуренції, закономірностей формування конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємств.

При вивченні дисципліни визначаються теоретико-методологічні засади формування механізмів управління конкурентоспроможністю підприємств. Розкрито функціональні основи розвитку конкурентних відносин, враховуючи інституційні чинники конкуренції. Розкриваються характер методичного забезпечення, діагностики, стратегічного аналізу, оцінювання ефективності формування і забезпечення конкурентних переваг та управління конкурентоспроможністю підприємства. Досліджується динамічність ринкового середовища зумовлює необхідність розробки підприємствами ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності продукції, підприємств, галузей та країни в цілому. Запропонована навчальна дисципліна висвітлює питання формування системи знань, необхідних для забезпечення конкурентоспроможності сучасних вітчизняних підприємств: ключові проблеми конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств різних галузей; уміння визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів, розробляти програми її підвищення; навички аналізу форм і методів конкуренції, вибору оптимальних стратегій українських підприємств.

У процесі вивчення дисципліни передбачається набуття студентами глибоких теоретичних знань з питань формування та утримання конкурентних переваг, розробки конкурентних стратегій, методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, галузі чи регіону; опанування студентами методичним інструментарієм розроблення та реалізації конкурентної поведінки на ринку; оволодіння навичками розроблення пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства; набуття навичок оцінки економічної ефективності.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. Теоретичні аспекти конкурентних відносин
2. Методи оцінки та основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою дисципліни є поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства у сучасних умовах господарювання.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Програмні компетентності:

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Результати навчання:

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

6. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни -180 год, екзамен	
Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	28
практичні заняття	32
самостійна робота	120

Ознаки курсу			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	075 Маркетинг	4	вибірковий

Тематика курсу					
Тема	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Теоретичні основи конкурентних відносин Конкуренція: сутність і типи. Ретроспективний аналіз розвитку теоретичних поглядів на конкуренцію Конкуренція як рушійна сила ринку. Конкуренція й підприємство Модель досконалої, олігополістичної, монополістичної конкуренції та чистої	Лекція, практичне заняття	1,13,15	Опрацювати лекційний матеріал. Пройти тестування до теми	5 балів	До наступного заняття за розкладом

монополії. Конкурентне середовище підприємства. Структура вхідних бар'єрів в галузь та напрями їх зменшення. Інтенсифікація конкуренції. Визначення ступеня концентрації ринку. Індекс Херфінделя-Хіршмана Особливості конкурентних відносин в Україні.					
Тема 2. Види конкурентної боротьби Умови виникнення конкуренції. Функції та завдання конкуренції Економічний закон конкуренції. Форми економічної конкуренції Демонополізація як необхідна передумова формування конкурентного середовища. Захист конкуренції. Промислове шпигунство та патентування в системі добросовісної конкуренції.	Лекція, практичне заняття	1,3,7	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	4 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Конкуренто-спроможність і конкурентні переваги Виділ конкуренто-спроможності залежно від рівня й об'єкта аналізу. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність фірми Поняття та види конкурентних переваг. Джерела конкурентних переваг. Середовище формування конкурентних переваг. Технологічний підхід до формування конкурентних переваг. Вертикальна інтеграція та конкурентна перевага	Лекція, практичне заняття	5,6,7,8	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 4. Формування стратегії підвищення конкурентопроможності підприємства Поняття й сутність "стратегії" та особливості еталонних стратегій розвитку підприємств Система конкурентних стратегій підприємства. Базові стратегії конкуренції та конкурентних переваг Портфельний аналіз при розробці стратегії підприємства. Стратегії надбання конкурентної переваги (загальні стратегії конкуренції) Стратегії конкурентної поведінки підприємства	Лекція, практичне заняття	5,6,7,8,13,15	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 5. Реалізація конкурентних стратегій підприємства Процес виділення стратегічних зон господарювання. Ситуаційне проектування конкурентної стратегії.	Лекція, практичне заняття	2, 5,6,7,8	Опрацювати лекційний матеріал. Пройти	3 бали	До наступного заняття за розкладом

Колесо стратегії. Конкурентні стратегії на різних етапах ЖЦ ринків. Вертикальна диференціація та деконструкція вартісного ланцюга			тестування до теми. Розв'язати задачі.		
Тема 6. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства Принципи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності. Оцінка маркетингової діяльності підприємства. Аналіз конкурентного середовища. Оцінка фінансового стану підприємства. Кластерний аналіз оцінки конкурентоспроможності підприємства.	Лекція, практичне заняття	1,9,10	Опрацювати лекційний матеріал. Пройти тестування до теми. Розв'язати задачі.	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Конкурентоспроможність продукції підприємства та методи її оцінки Фактори та критерії конкурентоспроможності продукції. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції Якість продукції – основа її конкурентоспроможності Сегментування як механізм вибору цільового ринку на основі оцінки конкурентоспроможності продукції Система оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки. Механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства.	Лекція, практичне заняття	1,5,7, 10	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття. Розв'язати задачі.	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 8. Маркетинговий механізм в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства Маркетингова цінова політика. Конкурентні стратегії ціноутворення. Система маркетингових комунікацій. Розробка маркетингової стратегії підприємства Бренд-менеджмент в структурі конкурентоутворюючих факторів Маркетингова товарна інноваційна політика. Система розподілу. Управління внутрішнім маркетингом	Лекція, практичне заняття	1,7,11	Опрацювати лекційний матеріал. Пройти тестування до теми. Розв'язати задачі.	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 9. Логістика як спосіб забезпечення конкурентоспроможності	Лекція, практичне заняття	4,5,7, 8	Опрацювати лекційний	3 бали	До наступного заняття за

підприємства Концептуальні основи логістики та її функції. Типи логістичних систем Логістична оптимізація та фективність Логістика в структурі конкурентоутворюючих факторів. Формування міжнародних логістичних центрів			матеріал, підготуватися до практичного заняття. Розв'язати задачі.		розкладом
Тема 10. Формування конкурентоспроможності підприємств на міжнародних ринках Фактори виходу на світовий ринок. Вибір привабливості міжнародних ринків. Види міжнародних стратегій. Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки. Регіональна конкурентоспроможність. Закордонний досвід формування конкурентоспроможних структур. Кластери та їхня роль в економіці.	Лекція, практичне заняття	1,6,7	Опрацювати лекційний матеріал. Пройти тестування до теми. Розв'язати задачі.	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 11. Інновації в структурі забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Інноваційний менеджмент Конкуренція й науково-технічний прогрес. Основні тенденції глобалізації інноваційної сфери. Радикальні інновації — шлях до вільного від конкурентів ринку. Шумпетерівський аналіз і типи стратегій фірм. Людський потенціал як пріоритетний компонент інноваційної конкурентоспроможності	Лекція, практичне заняття	1,8,9	8	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 12. Визначення основних напрямків та розробка програм підвищення конку-рентоспроможності Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств. Напрями підвищення конкурентоспроможності галузі та країни	Лекція, практичне заняття	4,5,7, 9	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття. Розв'язати задачі.	3 бали	До наступного заняття за розкладом
7. Система оцінювання курсу					
Загальна	**100 бальна – (50** балів протягом семестру та **50** балів за екзамен)				

<table>
<tr><td>система оцінювання курсу</td><td>“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки;вільно володіє науковими термінами;
“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;
“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;
“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.
<table>
<tr><td colspan="3">Поточне тестування та самостійна робота</td><td rowspan="3">Екзаменаційна робота (екзамен)</td><td rowspan="3">Сума балів з навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td colspan="2">Модуль 1</td><td>Модуль 2</td></tr>
<tr><td>Змістовий модуль 1 поточний контроль</td><td>Змістовий модуль 2 Самостійна робота</td><td>Змістовий модуль 3 Індивідуальне завдання</td></tr>
<tr><td>Теми 1-12</td><td>Теми 1-12</td><td>Теми 1-12</td><td rowspan="2">Теми 1-12</td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td>30</td><td>10</td><td>10</td></tr>
<tr><td colspan="3">50</td><td>50</td><td>100</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Практичні заняття</td><td>Загальна підсумкова оцінка за практичні заняття складається за методикою нагромадження балів за результатами поточного контролю знань, тестів.
Завданням поточного контролю є перевірка розуміння і засвоєння матеріалу тем, що виносяться на практичні заняття, та вміння привселюдно представити засвоєний матеріал, розв’язати задачі. Протягом семестру студент має можливість отримати десять оцінки по 5 балів за кожну усну відповідь.
Поточні оцінки 2, 3, 4, 5, які можуть отримати під час семінарських занять сумуються і розраховується середнє арифметичне (із заокругленням до десятих).
Середній бал за поточний контроль переводиться у 30 бальну шкалу.
Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення завдань, перевірка рівня їх виконання та оцінювання. Практичні заняття є ланцюжком, який зв'язує теоретичну підготовку та навчальну практику з дисципліни.</td></tr>
<tr><td>Самостійна робота</td><td>Важливе значення для опанування теоретичним матеріалом має виконання самостійної роботи та індивідуальних завдань.
Самостійна робота студентів є складовою навчального процесу,важливим чинником формування вміння навчатися, що сприяє активізації засвоєння знань; основним засобом опанування навчального матеріалу в позааудиторний час.
Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (дві спроби – кращий результат).
Максимальна кількість балів за тестування становить 10 балів.</td></tr>
<tr><td>Вимоги до письмової роботи</td><td>Вивчення дисципліни передбачає обов’язкове виконання індивідуального науково-дослідного завдання (ІЗ).
Студент бере за основу реальне підприємство на якому працює він, його батьки, родичі чи знайомі; або яке розміщено за місцем проживання.
Вихідними даними є загальні характеристики підприємства, характер виробничої діяльності, асортимент продукції, що випускається, ринкові</td></tr>
</table>

	позиції. Розробляє та оформляє роботу на тему: "Аналіз конкурентоспроможності підприємства (галузі, регіону)" Робота оформляється на аркуші формату А4 і приносить на останнє семінарське заняття. Максимальна кількість балів за ІЗ становить 10 балів.
Умови допуску до підсумкового контролю	Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові модулі: ЗМ 1. Поточний контроль (1-30 балів). ЗМ 2. Самостійна робота (1-10 балів). ЗМ 3. Індивідуальне завдання (1-10 балів). Якщо студент набрав менше 25 балів. Дозволяється, як виняток, з дозволу декана економічного факультету за заявою, погодженою з кафедрою менеджменту і маркетингу, одноразове виконання студентом додаткових видів робіт з навчальної дисципліни (відпрацювання пропущених занять, перескладання змістових модулів, виконання індивідуальних завдань тощо) для підвищення оцінок за змістові модулі.

8. Політика курсу

Політика курсу є студентоорієнтованою, спрямована на формування відповідних компетенцій шляхом активної комунікації та сприятливого навчального середовища. Заохочується ознайомлення з найкращим досвідом практичної діяльності у сфері логістики як вітчизняних, так і міжнародних компаній. А також можливості використання даного досвіду у реальних компаніях, з діяльністю яких знайомі студенти або є працівниками.

Підсумковою формою контролю є екзамен, який проводиться виключно у письмовій формі. Максимальна кількість 50 балів за екзаменаційну роботу. Структура білета включає 4 завдання, три теоретичні питання та тестові завдання. Правильна відповідь на кожне питання білету оцінюється максимум в 10 балів, тестові завдання – 20 балів. Також студенти мають можливість (за письмовою заявою групи) здавати екзамен у письмовій тестовій формі на платформі дистанційного навчання (http://www.d-learn.pu.if.ua).

Студентам, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 49, були недопущені або не з'явилися на екзамен, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/. Відповідно, будь які прояви академічної доброчесності недопустимі, зокрема списування під час контрольних заходів чи екзаменів.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка ставиться, а нб округляється. Консультації студентам проводяться у відповідності до затвердженого кафедрою графіка (https://kmim.pnu.edu.ua/графік-консультацій).Також є можливість здачі студентами пропущених тем через використання системи дистанційного навчання(http://www.d-learn.pu.if.ua).

9. Рекомендована література

1. Синиця С.М., Гринів Л.В., Крупа О.М. Управління конкурентоспроможністю підприємств Івано-Франківськ: Плай. , 2010

2. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

3. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навчальний посібник. – К.: ВД "Професіонал", 2006. – 448 с.

4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анали за отраслей и конкурентов. М.: Альпина, 2015. – 453 с.

5. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить

его устойчивость. М.: Альпина Паблишер, 2015. – 453 с.
6. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Альпина Паблишер, 2016. – 947 с.
7. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
8. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
9. 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
10. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах: колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Шарко М.В. - Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2016. - 177 с.
11. Фатхудинов Р. А. Управління конкурентоспроможністю організації: підручник / Р. А. Фатхудинов, Г. А. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
12. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. / уклад. Н. В. Коваль. Біла Церква: БНАУ, 2018. 375 с.
13. Конкурентоспроможність аграрного підприємства: навч. посіб. / П. І. Юхименко, О. І. Шемігон та ін.; за заг. ред. д. е. н., професора, академіка НААН А. С. Даниленка. Біла Церква: БНАУ, 2018. 248 с.
14. Гринів Л.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності міжнародних транспортних перевезень / Л.В. Гринів, С.М. Синиця // Наука й економіка. - 2010. - № 3 (19). - С.115-121.
15. Гринів Л.В. Транспортно-економічні кластери як механізм підвищення ефективності міжнародних транспортних перевезень карпатського регіону/ Л.В. Гринів, С.М. Синиця // Тернопільський державний національний університет ім..Івана Пулюя. - 2010. - № 2. - С.75-82.
16. Гринів Л.В. Конкурентоспроможність регіонів України в контексті адаптації національного виробника до умов глобального конкурентного середовища/ Л.В. Гринів, С.М. Синиця // Галицький економічний вісник. – Тернопіль. – № 1(48). – 2015. – С. 10 – 18.

Інформаційні ресурси:

1. https://www.youtube.com/watch?v=OF6c_lW91lk
2. https://www.youtube.com/watch?v=LcG91kF1S7U
3. https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=ZlF2iZPHy8w

Викладач _____ Гринів Л.В.