



**Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ОП «Маркетинг»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ОП-18	Основи конкурентоспроможності	Обов'язкова дисципліна професійної підготовки	перший (бакалаврський)	1	2	5	Диф.залік

Мова навчання: українська

Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна

Види навчальних занять: лекція, практичне заняття, консультація

Методи навчання: словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять

Оцінювання: поточне, підсумкове

Метою дисципліни «Основи конкурентоспроможності» є формування у здобувачів системи знань щодо економічної та маркетингової сутності поняття «конкурентоспроможність» та вмінь використовувати ці знання при опануванні фахових маркетингових дисциплін.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчання (ПР)

ПР1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
-----	---

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Зміст курсу:

Тема 1. Конкурентоспроможність як категорія та як властивість організації, яка функціонує в умовах ринку. Види конкуренції. Типи ринків і відповідний їм характер конкуренції. Функції конкуренції як економічної категорії. Поняття фундаментальної ніші. Поняття конкурентоспроможності товару. Зв'язок споживчої цінності та конкурентоспроможності. Поняття запасу конкурентоспроможності. Принцип компенсації для товарів. Принцип компенсації для фірм.

Тема 2. Конкурентне середовище підприємства. Сутність та основні складові конкурентного середовища підприємства. Класифікація конкурентного середовища. Рівні конкурентного середовища. Інституціональна складова КС. Структурна складова КС. Функціональна складова КС. Модель «п'яти сил конкуренції» М. Портера. Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції.

Тема 3. Конкурентоспроможність товарів і послуг. Різниця між поняттями «конкурентоспроможність товару» та «конкурентоспроможність підприємства». Рівні управління конкурентоспроможністю. Фактори, чинники та критерії конкурентоспроможності товару. Класифікація чинників конкурентоспроможності товару. Фактори конкурентоспроможності товару за стадіями відтворення продукту. Критерії конкурентоспроможності товару. Показники конкурентоспроможності послуг. Методичні засади визначення конкурентоспроможності продукції. Якісні показники конкурентоспроможності товару. Економічні показники конкурентоспроможності продукції.

Тема 4. Конкурентоспроможність підприємства. Комплексний підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства. Зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності підприємства.

Тема 5. Конкурентні переваги підприємства на ринку. Співвідношення факторів стратегічного успіху підприємства та його конкурентного потенціалу. Класифікація ключових чинників успіху підприємства на ринку. Стратегічні чинники успіху та ключові компетенції. Рівні та особливості ключових компетенцій підприємства. Тактичні та стратегічні чинники конкурентної переваги підприємства. Класифікація конкурентних переваг підприємства. Сутність розподілу конкурентних переваг підприємства за джерелами створення та можливістю копіювання. Критерії конкурентних переваг підприємства. Напрями визначення конкурентних переваг підприємства.

Неформальна освіта (онлайн-курси та платформи)

У межах самостійної роботи здобувачам рекомендується проходження онлайн-курсів на міжнародних освітніх платформах з метою розширення професійних компетентностей у сфері управління науковими проектами, грантової діяльності та комерціалізації досліджень.

Рекомендовані платформи:

- Coursera (курси з Project Management, Grant Writing, Innovation Management);
- edX (Research Project Management, Technology Commercialization);
- FutureLearn (Research Funding and Grant Applications);
- Prometheus (проектний менеджмент, інноваційний розвиток);
- European Commission Academy / Horizon Europe trainings;
- EIT (European Institute of Innovation and Technology) online courses.

Порядок зарахування результатів неформальної освіти:

Результати проходження онлайн-курсів можуть бути зараховані як складова самостійної роботи в порядку, визначеному «Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті» <https://nam.kyiv.ua/files/pdf/polozhennia-pro-neformalnu-ta-informalnu-osvitu.pdf>

Максимальна кількість балів – до 10 балів у межах самостійної роботи.

Методи навчання на лекціях: вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

Методи оцінювання: для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових

проектів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою.

Оцінювання результатів неформальної освіти (онлайн-курси з управління науковими проектами, грантової діяльності та комерціалізації досліджень) в порядку, визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті.

Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота						Підсум- ковий контроль	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	Загальна сума за семестр		
12	12	12	12	12	60	40	100

Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50	10	40	100

Рекомендована література:

1. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. В 23 Управління конкурентоспроможністю продукції : навч. посіб. – Тернопіль : ЗУНУ, 2021. – 272 с.
2. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2018. 352 с.
3. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк – Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. – 340 с.
4. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2018. – 520 с.
5. Лупак Р. Л. Л 85 Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
6. Серкутан Т.В., Шклярук А.І. Характеристика чинників, які впливають на маркетингові взаємовідносини та конкуренту маркетингову стратегію// Актуальні проблеми економіки. - 2024.- №5 (275). – с.123-135
7. Юхименко П. Конкурентоспроможність підприємства: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2021. – 320 с.
8. Шевченко Л.С. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства): навч. посібник у питаннях і відповідях. – К.: НПП, 2022. – 312 с.

Викладач: Серкутан Тетяна Вікторівна, PhD, кандидат економічних наук, PhD, доцент

Гарант освітньої програми:

Баула Олексій Віталійович, кандидат економічних наук, доцент