МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ І МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету менеджменту

\_\_\_\_\_\_ І.Г. Шавкун

(підпис) (ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021

**МЕНЕДЖМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

(назва навчальної дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки магістра .

(назва освітнього ступеня)

денної (очної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти

спеціальності 073-Менеджмент .

(шифр, назва спеціальності)

освітньо-професійна програма Бізнес-адміністрування, Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Менеджмент організацій і адміністрування

(назва)

**Укладач**  О.О. Головань, к.ф.-м.н., доцент, доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності **.**

(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухвалено  на засіданні кафедри бізнес-адміністрування  \_і менеджменту ЗЕД .  Протокол №1 від “25”серпня 2021 р.  Завідувач кафедри\_БАіМЗЕД \_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Д.Т. Бікулов  (підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою  факультету менеджменту .    Протокол №1 від “27”серпня 2021 р.  Голова науково-методичної ради \_ факультету менеджменту .  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.В. Юдіна .  (підпис) (ініціали, прізвище ) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Погоджено  з навчально-методичним відділом  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) (ініціали, прізвище) |  |  |

2021 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | |
| **Галузь знань**  **07 Управління і адміністрування**  (шифр і назва) | **Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі** | **Характеристика навчальної дисципліни** | |
| очна (денна) форма здобуття освіти | заочна (дистанційна)  форма здобуття освіти |
| Кількість кредитів – 3 | **Вибіркова** | |
| **Цикл дисциплін**  *вільного вибору в межах спеціальності* | |
| **Спеціальність**  **073 Менеджмент**  (шифр і назва) | Загальна кількість годин – 90 | **Семестр:** | |
| 3-й | 3-й |
| **Освітньо-професійна програма**  **Бізнес-адміністрування**  **Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності**  **Менеджмент організацій і адміністрування**  (назва) | Змістових модулів – 4 | **Лекції** | |
| 12 год. | 4 год. |
| **Практичні** | |
| Рівень вищої освіти: **магістерський** | Кількість поточних контрольних заходів –13 | 22 год. | 6 год. |
| **Самостійна робота** | |
| 56 год. | 80 год. |
| **Вид підсумкового семестрового контролю**:  залік | |

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент конкурентоспроможності підприємств» є засвоєння здобувачами вищої освіти системних знань щодо основних методів збору інформації про конкурентне середовище, методики оцінки конкурентоспроможності організації, особливостей управління конкурентними перевагами підприємства та обґрунтованого вибору конкурентних стратегій.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Менеджмент конкурентоспроможності підприємств» є:

* набуття вмінь проведення конкурентного аналізу;
* засвоєння основних методів збору інформації про конкурентне середовище;
* формування навичок прийняття рішень стосовно вибору конкурентних стратегій;
* набуття вмінь здійснення аналізу конкурентоспроможності підприємства;
* засвоєння методичного інструментарію щодо визначення конкурентоспроможності підприємства на основі оцінки конкурентоспроможності продукції.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

|  |  |
| --- | --- |
| Результати навчання та компетентності | Методи і контрольні заходи |
| **Результати навчання** | |
| Знати:  − складові конкурентного середовища підприємства | Методи навчання: словесні, наочні, пояснювально-ілюстративні, аналітичні, дослідницькі  Контрольні заходи:  - тестування;  - практичні завдання: діагностика основних конкурентних сил за М. Портером; збір та аналіз інформації про конкурентів; визначення конкурентоспроможності підприємства та його продукції;  - самостійні творчі роботи: дослідження конкурентного середовища підприємства, аналіз внутрішнього середовища підприємства; визначення конкурентних переваг підприємства, обґрунтування вибору конкурентних стратегій підприємства |
| − основні джерела та методи збору інформації про конкурентне середовище |
| − методичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства та його продукції |
| − внутрішні та зовнішні конкурентні переваги підприємства |
| − конкурентні стратегії підприємства |
| − матричні методи визначення конкурентних позицій та стратегій підприємства |
| **Компетентності** | |
| 1. Здійснювати дослідження конкурентного середовища | Методи навчання: словесні, наочні, аналітичні, дослідницькі  Контрольні заходи:  - тестування;  - опитування;  - практичне завдання: діагностика основних конкурентних сил за М. Портером, які впливають на ринкову конкуренцію; розробка форми спостереження та збір інформації про конкурентів за методикою «Mystery shopping»;  - самостійні творчі роботи: дослідження конкурентного середовища обраного споживчого ринку |
| 2. Застосовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення задач управління підприємством | Методи навчання: аналітичні, дослідницькі  Контрольні заходи:  - тестування;  - опитування;  - практичне завдання: застосування матричних методів визначення конкурентних позицій та стратегій підприємства;  - самостійні творчі роботи: аналіз внутрішнього середовища підприємства; обґрунтування вибору конкурентних стратегій підприємства |
| 3. Ефективно використовувати та розвивати ресурси організації | Методи навчання: наочні, аналітичні, дослідницькі  Контрольні заходи:  - тестування;  - опитування;  - практичні завдання: визначення конкурентоспроможності підприємства та його продукції;  - самостійні творчі роботи: визначення конкурентних переваг підприємства |
| 4. Застосовувати інструментарій оцінки економічного потенціалу, ресурсного забезпечення, ефективності діяльності підприємства |

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент конкурентоспроможності підприємств» базується на теоретичних положеннях класиків економіки, менеджменту, маркетингу. Основою вивчення є теоретичні положення щодо управління організаціями, налагодження та координації їх роботи в сучасних умовах ринку, поведінки споживачів. Курс базується на знаннях, які засвоюють студенти під час вивчення курсів: «Менеджмент організацій за видами господарської діяльності», «Менеджмент бізнес-процесів», «Менеджмент-маркетинг у бізнесі та підприємництві», «Інформаційне забезпечення в менеджменті». Курс є базою для вивчення дисциплін «Бренд-менеджмент підприємств», «Менеджмент маркетингової діяльності підприємств», «Управління лояльністю».

**3. Програма навчальної дисципліни**

***Змістовий модуль 1. Аналіз конкурентного середовища підприємства***

**Тема 1**. Соціально-економічні основи конкуренції

Сутність та види економічної конкуренції. Функції конкуренції. Сутність цінової конкуренції. Сутність нецінової конкуренціі. Внутрігалузева конкуренція. Міжгалузева конкуренція. Міжнародна конкуренція.Індекс Харфіндела-Хіршмана. Визначення рівня монополізації ринку.

Конкурентоспроможність та її основні ознаки. Критерії класифікації конкурентоспроможності. Рівні конкурентоспроможності підприємства. Аналіз складових конкурентного середовища. Модель п’яти сил конкуренції за М. Портером. Фактори, що визначають інтенсивність конкурентної боротьби між галузевими організаціями. Конкурентоспроможність товару. Конкурентоспроможність організації. Вхідні бар’єри в галузь.

**Тема 2**. Конкурентний аналіз

Поняття «конкурент». Об’єкти аналізу конкурентів. Мета і методи аналізу конкурентів. Структура аналізу діяльності конкурентів. Джерела інформації про конкурентів. Методи збору інформації про конкурентів. Частка ринку підприємства. Конкурентна карта ринку.

Сутність первинної та вторинної інформації щодо конкурентів. Основні методи збору інформації про конкурентів. Аналіз документів та його різновиди. Традиційний аналіз документів. Контент-аналіз документів. Спеціальні методики спостереження. Аудит торгових точок. Mystery shopping.Опитування та їх роль при зборі інформації про конкурентів. Види питань.

***Змістовий модуль 2***. ***Аналіз конкурентоспроможності підприємства***

**Тема 3.** Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства на його продукції

Сутність конкурентоспроможності підприємства (організації). Діагностика стану організації. Профіль внутрішнього середовища організації. SWOT-аналіз. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Графічний метод оцінки конкурентоспроможності. Багатокутник конкурентоспроможності. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності. Матриця Бостонської консалтингової групи. Матриця «Привабливість ринка/конкурентоспроможність» (модель GE/Mc Kinsey). Матриця «Привабливість галузі/конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM). Матриця «Стадія життєвого циклу товару/конкурентна позиція» (модель ADL/LC). Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Метод, що базується на теорії ефективної конкуренції. Сутність бенчмаркінгу та його види. Особливості застосування бенчмаркінгу. Сутність конкурентоспроможності продукції. Параметри конкурентоспроможності продукції. Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Інтегральний показник конкурентоспроможності товару.

***Змістовий модуль 3****.* ***Управління конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю підприємства***

**Тема 4.** Види та джерела формування конкурентних переваг підприємства

Сутність конкурентної переваги. Тактичні та стратегічні фактори конкурентних переваг. Властивості конкурентних переваг. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.

Види та джерела формування конкурентних переваг. Внутрішні та зовнішні фактори конкурентних переваг підприємства. Класифікація конкурентних переваг за стійкістю до їх копіювання. Методичні основи управління конкурентними перевагами підприємства. Оцінка потенціалу та якості системи управління організацією.

***Змістовий модуль 4. Конкурентні стратегії підприємства***

**Тема 5.** Розробка конкурентних стратегій підприємства.

Конкурентні стратегії. Модель М. Портера. Види конкурентних стратегій. Базові стратегії за   
М. Портером. Сутність стратегії цінового лідерства. Переваги та ризики стратегії цінового лідерства. Сутність стратегії диференціації.Переваги та ризики стратегії диференціації. Горизонтальна та вертикальна диференціація. Сутність стратегії концентрації.Переваги та ризики стратегії концентрації.

Конкурентні стратегії. Позиції фірми в конкурентному середовищі. Характеристики стратегій ринкового лідера та їх різновиди. Стратегії ринкових претендентів. Аналіз стратегій послідовників. Сутність стратегії нішера.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усього  годин | Аудиторні (контактні) години | | | | | Самостійна робота, год | | Система накопичення балів | | |
| Усього  годин | Лекційні  Заняття, год | | Семінарські/  Практичні  /лабораторні заняття, год | | Теор.  зав-ня,  к-ть балів | Практ.  зав-ня,  к-ть балів | Усього балів |
| о/дф. | з/дист  ф. | о/д ф. | з/дист  ф. | о/д ф. | з/дист  ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 | 15 | 10/3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 5 | 12 | 4 | 10 | 14 |
| 2 | 15 | 12/3 | 4 | 1 | 8 | 2 | 3 | 12 | 8 | 20 | 28 |
| 3 | 15 | 6/2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 9 | 13 | 4 | 5 | 9 |
| 4 | 15 | 6/2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 9 | 13 | 4 | 5 | 9 |
| Усього за змістові модулі | 60 | 34/10 | 12 | 4 | 22 | 6 | 26 | 50 | 20 | 40 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль  **залік** | 30 |  |  |  |  |  | 30 | 30 | 30 | 10 | 40 |
| Загалом | 90 | 34/10 | 12 | 4 | 22 | 6 | 56 | 80 | 50 | 50 | 100 |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № ЗМ | Назва теми | Кількість годин | |
| о/д ф. | з/дист ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1 | Тема 1. Соціально-економічні основи конкуренції | 2 | 0,5 |
| Тема 2. Аналіз конкурентного середовища. Модель п’яти сил конкуренції за М. Портером. | 2 | 0,5 |
| 2 | Тема 3. Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства на його продукції | 4 | 1 |
| 3 | Тема 4. Види та джерела формування конкурентних переваг підприємства | 2 | 1 |
| 4 | Тема 5. Конкурентні стратегії підприємства | 2 | 1 |
| Разом | | 12 | 4 |

**6. Теми практичних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  ЗМ | Назва теми | Кількість годин | |
| о/д ф. | з/дист ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1 | Тема 1. Соціально-економічні основи конкуренції | 2 | 1 |
| Тема 2. Аналіз конкурентного середовища. Модель п’яти сил конкуренції за М. Портером | 4 | 1 |
| 2 | Тема 3. Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства на його продукції | 8 | 2 |
| 3 | Тема 4. Види та джерела формування конкурентних переваг підприємства | 4 | 1 |
| 4 | Тема 5. Розробка конкурентних стратегій підприємства | 4 | 1 |
| Разом | | 22 | 6 |

**7. Види і зміст поточних контрольних заходів**

Зміст та методичні рекомендації до виконання оформлення завдань містяться:

1)Головань О.О., Маркова С.В., Бікулов Д.Т. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальності «Бізнес-адміністрування». Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 92 с.

2) на сторінці курсу в Moodle https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11386

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № ЗМ | Види поточних контрольних заходів | Зміст поточного контрольного заходу | Критерії оцінювання\* | Усього балів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1 | Тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тест 1)  1. Термін “конкуренція” означає:  2. Основними формами конкуренції є:  3. Показник, що характеризує рівень монополізації ринку:  4. За масштабами економічних об’єктів виділяють такі види конкурентоспроможності:  5. Відповідно до класичної моделі М. Портера конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:  6. До бар’єрів, які перешкоджають входженню в галузь, можна віднести:  7. Об’єктами аналізу конкурентів можуть виступати:  8. Для побудови конкурентної карти ринку необхідні показники:  9. Кабінетний аналіз документів також має назву:  10. Метод збору даних, при якому спостерігається ситуація, що має певний інтерес, і фіксуються значущі фактори або поведінка має назву: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,4 бали. Загалом передбачено виконання 10 завдань:  − 0,4 бали за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **4** |
| Практичне завдання − діагностика ринкових конкурентних сил | На основі моделі п’яти сил конкуренції М. Портера здійснити діагностику конкуренції на обраному галузевому ринку, проаналізувавши:   * конкуренцію серед галузевих підприємств; * загрозу появи нових конкурентів; * загрозу появи нових товарів; * силу впливу постачальників; * силу впливу споживачів. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
| Практичне завдання – розробка форми спостереження та збір інформації про конкурентів | Розробити форму спостереження та зібрати інформацію про конкурентів на обраному споживчому ринку за методикою «Mystery shopping». Збір інформації передбачає аналіз таких показників:   * широта асортименту, що пропонується; * якість товарів; * якість обслуговування споживачів; * цінова політика конкурентів; * організація збуту; * рекламна підтримка; * наявність програми лояльності; * компетентність персоналу тощо. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
| **Усього за ЗМ 1** | **3** |  |  | **14** |
| 2 | Тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тест 2)  1.Комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображує ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів, має назву:  2. Ключовими аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:  3. До основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносять:  4. Метод сучасного менеджменту, за допомогою якого компанія провадить порівняння своєї діяльності із практикою інших компаній з метою здійснення конкретних змін, що дозволяють поліпшити діяльність і підвищити її конкурентоспроможність, має назву:  5. Здатність продукції бути привабливішою для покупця у порівнянні з іншими виробами аналогічного виду і призначення завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку та споживчим оцінкам має назву:  6. Кількісні характеристики властивостей товару, що враховують галузеві особливості оцінки його конкурентоспроможності, мають назву:  7. Параметри, що характеризують відповідність товару властивостям організму людини при виконанні трудових операцій або споживанні, мають назву:  8. Параметри, що визначають відповідність товару встановленим нормам, стандартам і вимогам, які обумовлені законодавством та іншими нормативними документами, мають назву:  9. Одиничний показник (параметричний індекс) визначається як:  10. Одиничний показник (параметричний індекс) визначається як: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,4 бали. Загалом передбачено виконання 10 завдань:  − 0,4 бали за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **4** |
| Практичне завдання – визначення конкурентоспроможності підприємства | Визначити конкурентоспроможність запропонованого підприємства методом середньозваженої арифметичної, розрахувавши:  –значення критерію ефективності виробничої діяльності організації;  –значення критерію фінансового положення організації;  –значення критерію ефективності організації збуту та просування товару;  –значення критерію конкурентоспроможності товару. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
|  | Практичне завдання – визначення конкурентоспроможності продукції підприємства | Визначити конкурентоспроможність продукції запропонованого підприємства відносно продукції основних конкурентів на основі інтегрального показника конкурентоспроможності, обравши самостійно параметри конкурентоспроможності та визначивши їх вагові коефіцієнти. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
|  | Тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тест 3)  1. Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ) являє собою двовимірну матрицю:  2. Матриця ADL являє собою двовимірну матрицю:  3. В матриці БГК товари, які мають велику відносну частку ринку в зростаючій галузі, мають назву:  4. В матриці БГК товари, які мають велику відносну частку ринку в галузі з низькими темпами зростання, мають назву:  5. Факторами, що визначають довгострокову привабливість ринку в матриці Дженерал Електрик, можуть бути:  6. Поле матриці Дженерал Електрик має:  7. До факторів, що характеризують конкурентоспроможність товару в матриці ADL, належать:  8. Кількість уточнених стратегій в матриці ADL дорівнює:  9. Стратегії інтенсивного зростання фірми представлені матрицею:  10. Стратегія розвитку товару передбачає: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,4 бали. Загалом передбачено виконання 10 завдань:  − 0,4 бали за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **4** |
|  | Практичне завдання – визначення конкурентних позицій підприємства на основі матричних методів | Визначити конкурентні позиції підприємства на базі матриь БКГ, Дженерал Електрик та ADL. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
|  | Самостійна творча робота | На базі матричного аналізу конкурентних позицій обраного підприємства обґрунтувати вибір конкурентних стратегій для його бізнес-одиниць. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
| **Усього за ЗМ 2** | **6** |  |  | **28** |
|  | Тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тест 4)  1. Конкурентна перевага – це:  2. Засобами захисту конкурентних переваг можуть бути:  3. Потенціал підприємства складається з наступних елементів:  4. Критеріями класифікації конкурентних переваг можуть бути:  5. До внутрішніх конкурентних переваг відносять:  6. До зовнішніх конкурентних переваг відносять:  7. Тактичний фактор конкурентної переваги - це:  8. Стратегічний фактор конкурентної переваги:  9. До факторів макросередовища відносять:  10. До факторів мікросередовища відносять: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,4 бали. Загалом передбачено виконання 10 завдань:  − 0,4 бали за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь | **4** |
| Практичне завдання – визначити конкурентні переваги ТНК | Проаналізувавши звітність ТНК Carlsberg, визначити конкурентні переваги компанії на українському та світовому ринках. | Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:  − 5 балів − завдання виконано повністю із обґрунтуванням розрахунків; виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки.  − 4 бали − завдання виконано, проте без обґрунтування розрахунків; виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  − 3 бали − завдання виконано з помилками, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на низькому рівні;  − 0 балів − завдання не виконано. | **5** |
| **Усього за ЗМ 3** | **2** |  |  | **9** |
|  | Тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тест 5)  1. До базових стратегій (за М. Портером) відносять:  2. На графіку, що визначає базові стратегії М. Портера:  3. Якщо галузь виробляє досить стандартизований товар і можливості його диференціації обмежені, доцільно використовувати стратегію:  4. Стратегія, яка заснована на виробництві широкої номенклатури товарів одного функціонального призначення і дозволяє організації обслуговувати споживачів з різними потребами, має назву:  5. Диференціація може бути:  6.Якщо ціна різних модифікацій товару залишається приблизно однаковою, тобто фірма орієнтована на споживачів з однаковим середнім рівнем доходів, то вона використовує стратегію:  7. Якщо ресурси організації відносно невеликі і не дозволяють їй обслуговувати великі групи споживачів з відносно стандартизованими потребами, доцільно використовувати стратегію:  8. Фірма, мета якої збільшити ринкову частку та зайняти місце лідера, має назву:  *9.* Компанія-претендент може використовувати стратегію:  10. Компанія-нішер може використовувати стратегію: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,4 бали. Загалом передбачено виконання 10 завдань:  − 0,4 бали за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь | **4** |
|  | Самостійна творча робота | Обґрунтувати вибір конкурентних стратегій для обраного підприємства | Завдання оцінюється максимально 5 балів:  − 5 балів − завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі;  − 4 бали – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі, однак є певні недоліки в поданні та оформленні матеріалу;  − 3 бали − завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено без недоліків;  − 2 бали − завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з недоліками;  − 1 бал − завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з суттєвими недоліками;  − 0 балів − завдання не виконано, не подано на перевірку. | **5** |
| **Усього за ЗМ 4** | **2** |  |  | **9** |
| **Усього за ЗМ** | **13** |  |  | **60** |

**8. Підсумковий семестровий контроль**

Зміст завдань містяться на сторінці курсу в Moodle https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11386

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Форма | Види підсумкових контрольних заходів | Зміст підсумкового контрольного заходу | Критерії оцінювання\* | Усього балів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
|  | Контрольне тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle:  1. Показник, що характеризує рівень монополізації ринку:  2. За масштабами економічних об’єктів виділяють такі види конкурентоспроможності:  3. Відповідно до класичної моделі М. Портера конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:  4. До бар’єрів, які перешкоджають входженню в галузь, можна віднести:  5. Ключовими аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:  6. До основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносять:  7. Метод сучасного менеджменту, за допомогою якого компанія провадить порівняння своєї діяльності із практикою інших компаній з метою здійснення конкретних змін, що дозволяють поліпшити діяльність і підвищити її конкурентоспроможність, має назву:  8. Здатність продукції бути привабливішою для покупця у порівнянні з іншими виробами аналогічного виду і призначення завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку та споживчим оцінкам має назву:  9. До факторів, що характеризують конкурентоспроможність товару в матриці ADL, належать:  10. Кількість уточнених стратегій в матриці ADL дорівнює:  11. Стратегії інтенсивного зростання фірми представлені матрицею:  12. До базових стратегій (за М. Портером) відносять:  13. На графіку, що визначає базові стратегії М. Портера:  14. Якщо галузь виробляє досить стандартизований товар і можливості його диференціації обмежені, доцільно використовувати стратегію:  15. Стратегія, яка заснована на виробництві широкої номенклатури товарів одного функціонального призначення і дозволяє організації обслуговувати споживачів з різними потребами, має назву:  16. Диференціація може бути: | Тестовий контроль знань передбачає виконання залікового тесту в системі Moodle. Загальна кількість завдань в заліковому тесті 16, кожне питання оцінюється в 1 бал:  − 1 бал − правильна відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **16** |
| Опитування | Надати розгорнуту відповідь на два запитання з переліку:  середовища.  1. Сутність та види економічної конкуренції.  2. Конкурентоспроможність та її основні ознаки.  3. Аналіз складових конкурентного середовища. Модель п’яти сил конкуренції за М. Портером.  4. Бар’єри, які перешкоджають входженню в галузь.  5. Загроза появи в галузі нових конкурентів.  6. Конкуренція з боку товарів-замінників.  7. Економічні можливості і торговельні спроможності постачальників.  8. Економічні можливості і торговельні спроможності покупців.  9. Аналіз конкурентів.  10. Джерела інформації про конкурентів.  11. Сутність первинної інформації.  12. Сутність та переваги вторинної інформації.  13. Методи збору інформації про конкурентів.  14. Методи аналізу документів.  15. Сутність контент-аналізу.  16. Спостереження та його різновиди.  17. Сутність конкурентоспроможності організації.  18. Діагностика підприємства.  19. Методики оцінки конкурентоспроможності підприємства.  20. Графічний метод оцінки конкурентоспроможності.  21. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.  22. Розрахункові методиоцінки конкурентоспроможності підприємства.  23. Критерії та показники конкурентоспроможності організації.  24. Сутність бенчмаркінгу.  25. Сутність конкурентоспроможності продукції підприємства.  26. Параметри конкурентоспроможності товару та їх характеристика.  27. Методики оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.  28. Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності продукції.  29. Метод оцінки конкурентоспроможності групи товарів.  30. Сутність конкурентних переваг організації.  31. Класифікація конкурентних переваг.  32. Управління конкурентоспроможністю організації.  33. Сутність конкурентних стратегій підприємства.  34. Базові стратегії за М. Портером.  35. Стратегія цінового лідерства (мінімізації витрат).  36. Сутність стратегії диференціації.  37. Поняття горизонтальної та вертикальної диференціації.  38. Характеристика стратегії концентрації.  39. Види конкурентних стратегій.  40. Стратегії підприємства-лідера галузі.  41. Стратегії претендента та послідовників. | Відповідь на теоретичне питання – максимальна оцінка 7 балів:  − 7 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, зроблено власні висновки;  − 6 балів − відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак відсутні приклади та власні висновки;  − 5 балів − відповідь неповна (до 80 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками;  − 4 бали − відповідь неповна (до 60 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками;  − 3 бали − відповідь неповна (до 50 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками, відсутні приклади та власні висновки  − 2 бали − відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;  − 1 бал − відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;  − 0 балів – відповідь відсутня або невірна. | **7\*2=14** |
| Розв'язання ситуаційного завдання | Визначити конкурентоспроможність товару на основі розрахунку інтегрального показника | Розв’язання ситуаційного завдання − максимальна оцінка 10 балів:  − 10 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, зроблено власні висновки;  − 9 балів − відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, власні висновки відсутні;  − 8 балів − відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки мають незначні неточності, власні висновки відсутні;  − 7 балів − відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, розрахунки мають неточності, власні висновки відсутні;  − 6 балів − відповідь повна, однак виклад матеріалу нелогічний, розрахунки невірні, відсутні власні висновки;  − 5 балів − відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 4 бали − відповіді не в повній мірі (до 40 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 3 бали − відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 2 бали − відповіді не в повній мірі (до 20 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 1 бал − відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 0 балів – відповідь відсутня або невірна. | **10** |
| Усього за підсумковий семестровий контроль | **3** |  |  | **40** |

**9. Рекомендована література**

**Основна:**

1. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств : навч. посіб. реком. МОНУ. Київ : ВД «Професіонал», 2009. 252 с.

2. Сумець О. М. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : навч.-практ. посіб. реком. МОНУ. Київ : ВД «Професіонал», 2009. 564 с.

3. Головань О.О., Маркова С.В., Бікулов Д.Т. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальності «Бізнес-адміністрування». URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2015/03/0034859.pdf>. (дата звернення 20.08.2021).

4. Головань О.О., Чкан А.С., Маркова С.В. Менеджмент міжнародної конкурентоспроможності : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістр спеціальності «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2016/06/0039174.docx. (дата звернення 20.08.2021).

**Додаткова**:

1. Kuzhda, T., & Vovk, I. (2016). Enterprise capability and its competitiveness. Socio-Economic Problems and the State. 14 (1), 171-177.

2. Leśniewski M. A. Competitiveness as a measure of organization development – the theoretical study. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Економіка» : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2018. № 9(37). С. 59–64.

3. Власюк О. С. Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації : монографія / за заг. ред. О. С. Власюка. Київ : НІСД, 2017. 548 с.

4. Гринько Т. В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках. Кривий Ріг : Видавничий дім, 2005. 120 с.

5. .Должанский И. З. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособ. рек. МОНМСУ. Львів : Новий Світ, 2000. 232 с.

6. Дугієнко Н. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навчально-методичний посібник до самостійної роботи для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальності «Міжнародна економіка». Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 80 с.

7. Котельніков Д. І. Управління конкурентноспроможністю : Навч. посібник. Київ : Слово, 2004. 240 с.

8. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi46/0037422.pdf. (дата звернення 29.09.2018).

9. Пасічник В. Г. Конкурентоспроможність фірми : навч.-метод. комплекс для студ. екон. спец. усіх форм навч. : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 124 с.

10. Сумець О. М. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : навч.-практ. посіб. для студ. економ. спец. Київ. : Професіонал, 2007. 552 с.

11. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ / за ред. І. Ю. Сіваченка. Київ : ЦУЛ, 2003. 232 с.

12. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: кредитно-модульний курс : навчальний посібник рекомендовано МОН України / за ред. І. Ю. Сіваченка Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. URL: http://culonline.com.ua/Books/Upravl%20mizhnar%20konkurentosprom%20pidpr-Kozak2010.pdf#toolbar=0. (дата звернення 29.09.2018).

13. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi19/0012676.djvu>. (дата звернення 29.09.2018).

14. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi51/0039124.pd. (дата звернення 29.09.2018).

**Інформаційні ресурси:**

1. Бібліотека економічної і ділової літератури. URL: http://ek-lit.agava.ru/ (дата звернення 13.08.2021).

2. Бізнес: журнал. URL: http://www.business.ua (дата звернення 13.08.2021).

3. Науково-освітній портал. URL: http://eup.ru (дата звернення 13.08.2020).

4. Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12> (дата звернення: 20.08.2020).

5. Кабінет міністрів України. URL: <http://www.min.gov.ua> (дата звернення: 27.07.2021).

6. Запорізька обласна державна адміністрація. URL: <http://www.zoda.gov.ua> (дата звернення: 20.08.2021).

7. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 27.07.2021)

8. Головне управління статистики у Запорізькій області. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.08.2021)

9. SMIDA URL : <https://smida.gov.ua> (дата звернення: 20.08.2021)

10. Кабінету міністрів України. URL : <http://www.min.gov.ua> (дата звернення: 20.08.2021)