АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ» / «Managing Enterprise Competitiveness»

Розробник	*Базарна О. В., доктор філософії з економіки, доцент кафедри маркетингу*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Вибіркова (ВК)*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*2-й рік навчання, 1-й семестр (10-й семестр)*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Українська*
Форма підсумкового контролю	*Іспит*
Основні форми контролю	*Поточне опитування, аналітичні та практичні завдання, аналіз бізнес-кейсів, оцінювання самостійної роботи, модульний контроль (МК1, МК2), іспит[*

Мета навчальної дисципліни

Формування у здобувачів вищої освіти системних знань і практичних навичок щодо концептуальних засад, методів та інструментів діагностики, формування, забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємства й його продукції на вітчизняних та міжнародних товарних ринках в умовах цифрової трансформації, динамічного та невизначеного ринкового середовища.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: базові знання з дисциплін «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Мікроекономіка», «Маркетингові дослідження», а також освітніх компонентів першого семестру магістратури: «Маркетингова аналітика», «Бренд-менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність».

Кореквізити: дисципліна вивчається паралельно з освітніми компонентами другого семестру магістратури: «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент».

Постреквізити: «Сталий маркетинг та трансформація ринку», «Виробнича практика», «Переддипломна практика», підготовка та захист кваліфікаційної магістерської роботи за спеціальністю D5 «Маркетинг».

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- аналізувати та оцінювати конкурентне середовище, стан конкуренції та конкурентні позиції підприємства на ринку;
- застосовувати сучасні методи діагностики та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції/послуг;

- обґрунтовувати та розробляти конкурентні стратегії підприємства з урахуванням ресурсного та інноваційного потенціалу;
- формувати та ефективно використовувати конкурентні переваги підприємства (структурні, ресурсно-технологічні, маркетингові, цифрові, репутаційні);
- розробляти комплекс заходів щодо зміцнення ринкових позицій, протидії конкурентним загрозам та підвищення конкурентоспроможності;
- застосовувати інструменти бенчмаркінгу, конкурентної розвідки та конкурентного аналізу (SWOT, LOTS, SPACE, матриця М. Портера тощо);
- оцінювати ефективність системи управління конкурентоспроможністю підприємства та впроваджувати інноваційно-орієнтовані механізми її розвитку.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна спрямована на засвоєння методології системного управління конкурентоспроможністю підприємства, оцінювання потенціалу та формування конкурентних стратегій. Навчальний матеріал об'єднано у два змістові модулі:

Модуль 1. Теоретико-методологічні засади конкурентоспроможності підприємства

- Тема 1. Сутність, категоріальний апарат та чинники конкурентоспроможності підприємства.
- Тема 2. Конкурентне середовище та оцінювання стану і структури ринкової конкуренції.
- Тема 3. Конкурентні переваги підприємства: формування, класифікація та утримання.
- Тема 4. Методичні підходи до оцінювання та діагностики конкурентоспроможності підприємства та продукції.
- Тема 5. Конкурентна розвідка та бенчмаркінг в системі управління конкурентоспроможністю.

Модуль 2. Стратегічні механізми забезпечення та управління конкурентоспроможністю

- Тема 6. Формування та реалізація конкурентних стратегій підприємства.
- Тема 7. Управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства.
- Тема 8. Інноваційно-маркетингові та цифрові інструменти підвищення конкурентоспроможності.
- Тема 9. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах глобалізації та сталого розвитку.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, інтерактивні семінари, кейс-метод (case study), аналіз реальних господарських ситуацій, симуляційні вправи з конкурентного аналізу, метод мозкового штурму, семінари-дискусії, презентації груп, застосування цифрових інструментів конкурентного аналізу та системи дистанційного навчання LMS Moodle.