

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова
Економіко-правовий факультет
Кафедра маркетингу та бізнес-адміністрування

**Методичні вказівки
до практичних занять з дисципліни
«Конкурентна політика підприємства»**

*Для студентів денного (заочного) відділення
економіко-правового факультету
073 «Менеджмент»*

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

ОЛДІПІЮС
2020

Укладачі:

Шмагіна В.В., к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;
Селезьова О.О., д. е. н., доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування.

Рецензенти:

Рудінська О.В., к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та інновацій Одеського національного університету імені І.І. Мечникова;
Кусик Н.Л., к. е. н., доцент, завідувача кафедри бухгалтерського обліку та оподаткування Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.

Затверджено:

*рішенням кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
(протокол № 3 від 7 жовтня 2020 р.)*

Рекомендовано до друку:

*Навчально-методичною комісією економіко-правового факультету
(протокол № 2 від 20 жовтня 2020 р.)*

Рекомендовано до друку:

*Вченою Радою економіко-правового факультету
(протокол № 3 від 21 жовтня 2020 р.)*

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ	5
2. СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	9
3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ МАРКЕТИНГ	10
4. ЗМІСТ ТЕМ, ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ	12
5. ПИТАННЯ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	24
6. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ, ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА	26

ВСТУП

В методичних вказівках до практичних занять з дисципліни «Конкурентна політика підприємства» для студентів спеціальностей 073 – «Менеджмент», освітнього ступеня «Бакалавр» з метою повного представлення курсу наводяться: загальні відомості; система контролю знань; тематичний план навчальної дисципліни «Конкурентна політика підприємства»; зміст тем, плани семінарських і практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів; питання до контролю знань; список навчально-методичних матеріалів, джерела та література.

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Мета вивчення навчальної дисципліни «Конкурентна політика підприємства» спрямована на формування знань теорії та практики управління конкурентною політикою підприємства; теоретико-методичних та прикладних аспектів управління конкурентоспроможністю підприємства; функціональних основ розвитку конкурентних відносин, інституційні чинники конкуренції та державного регулювання економіки. Інформаційно-аналітичне та методичне забезпечення діагностики, стратегічного аналізу, оцінювання ефективності формування і забезпечення конкурентних переваг та управління конкурентоспроможністю підприємства. А також соціально відповідальної політики підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Передумовою вивчення дисципліни є опанування таких дисциплін, як макро- та мікроекономіка, стратегічний та операційний менеджмент, маркетинг та стратегічний маркетинг, ціноутворення та інш. дисципліни.

Завдання вивчення навчальної дисципліни «Конкурентна політика підприємства» полягають у:

- Засвоєнні сучасних теорій конкуренції. Визначення ролі, місця та функцій конкурентної політики підприємства, передумов її виникнення;
- Ознайомленні студентів з сутністю, метою та інструментарієм державного регулювання конкуренції;
- Ознайомленні студентів з основними поняттями та інструментами діагностики конкурентного середовища підприємства;
- Дослідженні потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його складових;
- Засвоєнні методів забезпечення конкурентних переваг та технологій забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- Засвоєнні основних етапів розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- Засвоєнні оцінювання сучасних моделей управління конкурентоспроможністю підприємства.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів наступних компетентностей:

а) загальних (ЗК)

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та встановлення взаємозв'язків між соціально-економічними явищами та процесами.

ЗК 2. Здатність до застосовування концептуальних і базових знань, розуміння предметної області і професії менеджера.

ЗК 6. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 7. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації.

ЗК 9. Здатність діяти на основі етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо.

б) фахових загальних (КФ)

КФ 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, визначати перспективи розвитку організації.

КФ 3. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

КФ 4. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію конкурентної політики підприємства.

КФ 5. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту та стратегічного менеджменту.

КФ 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

КФ 12. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

в) спеціальних фахових (КФС)

КФС 1 Здатність до планування, організації та ефективного функціонування системи менеджменту на різних рівнях управління.

КФС 2 Застосування знань у сфері управління економічними процесами і уміння будувати логічну структуру знань й використовувати оброблену економічну інформацію для аналізу, планування та організації діяльності суб'єкту.

КФС 3 Здатність вибирати методи та інструменти для аналізу, оцінки, планування й організації діяльності суб'єкту господарювання на поточний і перспективний період за результатами досліджень середовища підприємства.

Очікувані результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни «Конкурентна політика підприємства» студент повинен

знати:

- Знати термінологію та характеристики поняття «конкуренція». Розуміти трансформаційні процеси економічних концепцій конкуренції. Функції та види конкуренції;

- Знати і розуміти сутність, мету та інструментарій державного регулювання конкуренції. Знати правові засади державного регулювання конкуренції та відповідальність за порушення законодавства про захист конкуренції;

- Знати сутність конкурентного середовища та його складові, та розуміти методiku діагностики конкурентного середовища підприємства;

- Розуміти визначення конкурентної переваги підприємства та її особливостей. Знати види та детермінанти конкурентних переваг підприємства;

- Знати напрями забезпечення конкурентних переваг підприємств, характеристику методів забезпечення конкурентних переваг підприємства;

- Знати сутнісні характеристики технології забезпечення конкурентних переваг підприємства. Принципові основи технології забезпечення конкурентних переваг підприємства;

- Знати і розуміти етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності підприємства;

- Знати та вміти використовувати інформаційно-методичні моделі управління конкурентоспроможністю підприємства;

- Моделі портфельного аналізу та проектування в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.

уміти:

- аналізувати конкурентну позицію підприємства на ринку та побудувати конкурентну карту ринку;

- оцінювати формування конкурентних переваг підприємства;

- використовувати методи забезпечення конкурентних переваг у стратегічному управлінні конкурентоспроможністю підприємства;

- розробляти технології формування і реалізація стратегії забезпечення конкурентних переваг;
- розробляти програми підвищення якості продукції та ефективності господарської діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- розробляти стратегічний та тактичний план реалізації конкурентної стратегії підприємства;
- оцінювати конкурентні позиції підприємства методом БКГ та використовувати багатофакторну модель як засіб системного управління конкурентоспроможністю підприємства.

2. СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Успішність навчання визначається за допомогою поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється у формі опитування, оцінювання завдань, виконуваних під час практичних занять та самостійної роботи, індивідуально та у групі; оцінювання завдань, виконуваних під час модульного контролю. Передбачається виконання двох модульних контролів протягом семестру.

Підсумковий контроль успішності навчання здійснюється у формі усного екзамену. Екзаменаційний білет містить три питання, що охоплюють змістовні модулі. Білети розподіляються між студентами випадковим чином.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	Зараховано
85-89	B	добре	
75-84	C		
70-74	D	задовільно	
60-69	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ МАРКЕТИНГ

НАЗВИ ТЕМ	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота		Лекції	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1										
<i>Теоретичні основи конкуренції та конкурентоспроможності</i>										
1. Сучасні теорії конкуренції	4	2	1		1					
2. Державне регулювання конкуренції	4	2	1		1					
3. Діагностика конкурентного середовища підприємства	8	4	2		2	1	1			
4. Оцінювання сучасних моделей управління конкурентоспроможністю підприємства	6	2	2		2					
<i>Разом змістовий модуль 1</i>	22	10	6		6	2	1	1		
Змістовий модуль 2										
<i>Розроблення і реалізація конкурентної політики підприємства</i>										
5. Діагностика та визначення конкурентного потенціалу підприємства, та методи його оцінювання.	12	6	4		2	1	1			
6. Формування конкурентних переваг підприємства	10	4	4		2	1	1			
7. Методи забезпечення конкурентних переваг підприємства	8	4	2		2	1	1			

НАЗВИ ТЕМ	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота		Лекції	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота
8. Технологія забезпечення конкурентних переваг підприємства	10	4	4		2					
9. Визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємства	12	6	4		2	11	1	1		
10. Розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності підприємства	12	6	4		2	11	1	1		
<i>Разом змістовий модуль 2</i>	64	30	22		12	10	5	5		
Разом з змістовим модулем 2	86	40	28		12	12	6	6		
Усього годин	86	40	28		18,8	12	6	6		

4. ЗМІСТ ТЕМ, ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Змістовий модуль 1.

Теоретичні основи конкуренції та конкурентоспроможності

Тема 1. Сучасні теорії конкуренції.

1. Означення та сутність конкуренції, конкурентного середовища, конкурентної політики, конкурентоспроможності, конкурентних переваг та конкурентного потенціалу.
2. Економічних концепцій конкуренції, та їх трансформаційні процеси.
3. Функції та види конкуренції, конкурентної політики, конкурентоспроможності, конкурентних переваг та конкурентного потенціалу.
4. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренції.

Практичне заняття – 1 год.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Означення та сутність конкуренції, конкурентного середовища, конкурентної політики, конкурентоспроможності, конкурентних переваг, конкурентного потенціалу.
2. Трансформаційні процеси економічних концепцій конкуренції.
3. Функції та види конкуренції.
4. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренції.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат за однією із тем:

1. Конкуренція та її роль у ринкової діяльності підприємства.
2. Шляхи формування конкурентної переваги на підприємстві. Маркетинг в діяльності некомерційних організацій.

3. Поняття та сутність конкурентної політики підприємства.
4. Методологічні підходи до створення конкурентоспроможності підприємства.
5. Значення ресурсів в забезпеченні потенціалу підприємства.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ.

1. Означення та сутність конкуренції, конкурентної політики, конкурентного потенціалу, конкурентоспроможності, конкурентних переваг.
2. Економічних концепцій конкуренції, та умови виникнення трансформаційних процесів.
3. Основні функції конкуренції: Регулююча функція. Алокаційна, або функція розміщення. Інноваційна функція. Адаптаційна функція. Розподільна функція. Контролююча функція.
4. Види конкуренції. Внутрішньогалузева, міжгалузева, досконала і недосконала, міжнародну та олігополістична конкуренції.
5. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренції (унікальні властивості товару, його технічна надійність, висока якість, поліпшення упаковки).

Завдання для самостійної роботи – 1 година.

1. Ринкові механізми саморегулювання економіки та його основні елементи.
2. Характеристика взаємодії попиту і пропозиції.
3. Суть конкуренції, її роль у розвитку економіки.
4. Види економічної конкуренції.
5. Мета антимонопольно-конкурентної політики в Україні.
6. Чому в умовах ринкової економіки повністю ліквідувати монополію неможливо.

Джерела, рекомендовані до заняття [1;7; 8; 22].

Тема 2. Державне регулювання конкуренції.

1. Сутність, мета та інструментарій державного регулювання конкуренції.
2. Правові засади державного регулювання конкуренції. Мета, система заходів, принципів державного регулювання конкуренції.
3. Відповідальність за порушення законодавства про захист конкуренції.
4. Закордонний досвід формування системи антимонопольного регулювання.

Практичне заняття – 1 год.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Поняття сутності, мети та інструментарію державного регулювання конкуренції.
2. Правові засади державного регулювання конкуренції. Мета, система заходів та принципів державного регулювання конкуренції.
3. Відповідальність за порушення законодавства про захист конкуренції (господарсько-організаційні санкції, господарсько-адміністративні штрафи, безоплатне вилучення товарів, відшкодування шкоди, Закон «Про захист економічної конкуренції»).
4. Моделі антимонопольного регулювання у світовій економіці – американська, європейська, японська.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат за однією із тем:

1. Виникнення та підґрунтя моделі п'яти сил конкуренції Портера.
2. Основні положення Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».
3. Індекс Хіршмана та практики його використання в країнах з розвинутою ринковою економікою.
4. Антимонопольне регулювання підприємницької діяльності як захист від недобросовісної конкуренції.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ.

1. Напрямки конкурентної політики України.
2. Зміст державного регулювання економічної конкуренції.
3. Відмінність добросовісної і недобросовісної конкуренції.
4. Види відповідальності за порушення законодавства про захист економічної конкуренції.
5. Види недобросовісної конкуренції, передбачені чинним законодавством України.
6. Види порушень законодавства про економічну конкуренцію.
7. Моделі антимонопольного регулювання у світовій економіці – американська, європейська, японська.

Завдання для самостійної роботи – 1 година

1. Визначити, які існують види недобросовісної конкуренції, передбачені чинним законодавством України.
2. З'ясувати, у яких випадках суб'єкт підприємництва визнається таким, що займає монопольне становище на ринку.

3. Встановити, які державні органи і в якому порядку здійснюють контроль за порушення антимонопольно-конкурентного законодавства.
4. Визначити які існують санкції за порушення антимонопольного законодавства та економічної конкуренції.
5. Визначити, які дії підприємця-монополіста визнаються зловживання монопольним становищем на ринку?

Джерела, рекомендовані до заняття [1; 5; 18].

Тема 3. Діагностика конкурентного середовища підприємства.

1. Сутність конкурентного середовища та його складові.
2. Методика діагностики конкурентного середовища підприємства. Аналіз конкурентів.
3. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку та методи впливу.
4. Оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку.
5. Аналіз конкурентні позиції підприємства на ринку.
6. Створення конкурентної карти ринку.

Практичне заняття – 2 години

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Сутність конкурентного середовища та його складові (структурні елементи: суб'єкти – учасники ринку; ринкові умови; мобільність ресурсів, та об'єкти – конкурентні переваги).
2. Методика діагностики конкурентного середовища підприємства. Аналіз стратегічних конкурентів.
3. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку та методи впливу.
4. Оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку.
5. Аналіз конкурентні позиції підприємства на ринку.
6. Створення конкурентної карти ринку.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат за однією із тем:

1. Методика застосування оцінки конкурентного середовища в галузі.
2. Види конкуренції в галузі і їх характеристика.
3. Чинники ступені інтенсивності суперництва між функціонуючими в галузі підприємствами.
4. Оцінка привабливості галузі.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ.

1. Сутність конкурентного середовища.
2. Зовнішнє середовище безпосереднього та непрямого впливу.
3. Етапи проведення PEST/STEP-аналізу.
4. П'ять сил конкуренції по Майклу Портеру.
5. Галузеві ключові фактори успіху.
6. Аналіз конкурентні позиції підприємства на ринку.
7. Аналіз конкурентів.
8. Створення конкурентної карти ринку.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»»).

1. Обрати українське підприємство. Проаналізувати його сайт.
 2. Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується проаналізувати та визначити конкурентів обраного підприємства (збір вторинної інформації: аналіз офіційного сайту підприємства та інших офіційних джерел).
- Джерела, рекомендовані до заняття [1;7; 9].

Тема 4. Оцінювання сучасних моделей управління конкурентоспроможністю підприємства.

1. Використання інформаційно-методичної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства.
2. Моделі портфельного аналізу та проектування в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.
3. Багатофакторна модель як засіб системного управління конкурентоспроможністю підприємства.
4. Оцінювання конкурентних позицій підприємств методом бостонської консалтингової групи.

Практичне заняття – 2 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Використання інформаційно – методичної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства.
2. Матриця БКГ.
3. Модель «ADL/LC» (Arthur D. Little / Life Cicle).

4. Матриця Мак-Кинзі.

5. Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»»).

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується визначити:

1. Використовуючи моделі портфельного аналізу оцінити конкурентні позиції конкурентоспроможності підприємства – Матриця БКГ, Модель «ADL/LC» (Arthur D. Little / Life Cicle), Матриця Мак-Кинзі.
- Джерела, рекомендовані до заняття [7; 9].

Змістовий модуль 2.

Розроблення і реалізація конкурентної політики підприємства

Тема 5. Діагностика та визначення конкурентного потенціалу підприємства та методи його оцінювання.

1. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства.
2. Визначення конкурентного потенціалу підприємства.
3. Методи оцінювання конкурентного потенціалу підприємства.

Практичне заняття – 4 год.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Оцінювання конкурентного потенціалу підприємства.
Основні риси конкурентного потенціалу підприємства:
 - сукупність конкурентних переваг підприємства;
 - здатність підприємства використовувати свої ресурси та можливості;
 - частина загального потенціалу підприємства;
 - сукупність ресурсів та можливостей підприємства;
 - фактори, які характеризують силу підприємства;
 - резерви, що формують і підтримують стійкі конкурентні переваги
 - засоби, які сприяють досягненню конкурентних цілей;
 - джерела, що забезпечують підприємству високий конкурентний статус;
1. Дослідження рівня використання конкурентного потенціалу підприємства.
2. Пошук шляхів розширення конкурентного потенціалу підприємства.

3. Розробка шляхів забезпечення кращого використання конкурентного потенціалу підприємства.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»»).

1. Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується:

I. Провести моніторинг діяльності підприємства.

1. Ретельний відбір даних щодо внутрішнього функціонування підприємства.

- 1.1. Аналіз конкурентного оточення підприємства (якщо раніше студентом не було зроблено).

2. Аналіз внутрішнього середовища. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства. Планування конкурентного потенціалу підприємства:

- 2.1. Прогноз розвитку конкурентного потенціалу.

- 2.2. Вибір і оцінка альтернативних варіантів розвитку.

II. Формування конкурентного потенціалу.

1. Організація діяльності з формування конкурентного потенціалу:

- 1.1. Інформаційне, технічне, ресурсне, кадрове забезпечення.

- 1.2. Формування відносин, повноважень та функцій поміж функціональними підрозділами.

2. Мотивація персоналу:

- 2.1. Встановлення критеріїв оцінки діяльності працівників.

- 2.2. Активізація кадрового потенціалу.

III. Реалізація конкурентного потенціалу:

1. Реалізація конкурентного потенціалу:

- 1.1. Зосередження конкурентного потенціалу підприємства для протистояння діям конкурентів.

- 1.2. Забезпечення підприємства ресурсами для досягнення поставлених цілей.

IV. Контроль за реалізацією конкурентного потенціалу:

- 1.1. Аналіз та оцінка стану конкурентного потенціалу.

- 1.2. Визначення факторів та рівня їх впливу на ефективність діяльності підприємства.

- 1.3. Забезпечення адаптивності та стійкості підприємства до збурень зовнішнього середовища.

Джерела, рекомендовані до заняття [1;7; 19; 20; 21].

Тема 6. Формування конкурентних переваг підприємства.

1. Визначення конкурентної переваги підприємства та її особливостей.
2. Види та детермінанти конкурентних переваг підприємства.
3. Життєвий цикл конкурентних переваг.
4. Оцінювання формування конкурентних переваг підприємства.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Визначення конкурентної переваги підприємства та її особливостей.

Конкурентна перевага – рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів.

2. Види та детермінанти конкурентних переваг підприємства.

3. Життєвий цикл конкурентних переваг. Етапи життєвого циклу, рівень використання ресурсного потенціалу та ефективність існуючої конкурентної стратегії.

4. Оцінювання формування конкурентних переваг підприємства.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»»).

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується визначити:

1. Конкурентні переваги обраного підприємства та їх особливостей.
2. Детермінанти конкурентних переваг підприємства.
3. Етапи життєвого циклу конкурентних переваг.
4. Оцінити конкурентні переваги підприємства.

(збір вторинної інформації: аналіз офіційного сайту підприємства та інших офіційних джерел).

Джерела, рекомендовані до заняття [1;7; 10].

Тема 7. Методи забезпечення конкурентних переваг підприємства.

1. Напрями та функції забезпечення конкурентних переваг підприємств.
2. Характеристики методів забезпечення конкурентних переваг підприємства.
3. Методи забезпечення конкурентних переваг у стратегічному управлінні конкурентоспроможністю підприємства.

Практичне заняття – 2 год.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ.

1. Напрями та функції забезпечення конкурентних переваг підприємств. Функції – інтеграційна, динамічна, регульовальна, соціальна.
2. Характеристики методів забезпечення конкурентних переваг підприємства.
3. Методи забезпечення конкурентних переваг у стратегічному управлінні конкурентоспроможністю підприємства.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»»).

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується визначити:

1. Вибрати напрями та функції забезпечення конкурентних переваг підприємств.
2. Вибрати один із методів забезпечення конкурентних переваг підприємства та використати його.
3. Методи забезпечення конкурентних переваг у стратегічному управлінні конкурентоспроможністю підприємства.

(збір вторинної інформації: аналіз офіційного сайту підприємства та інших офіційних джерел).

Джерела, рекомендовані до заняття [7; 9; 11].

Тема 8. Технологія забезпечення конкурентних переваг підприємства.

1. Сутнісні характеристики технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.
2. Принципові основи технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.
3. Технології формування і реалізація стратегії забезпечення конкурентних переваг.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Сутнісні характеристики технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

2. Принципові основи технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»»).

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується визначити:

1. Використовуючи теоретичні знання розробити технологію формування стратегії забезпечення конкурентних переваг.
2. Використовуючи теоретичні знання розробити технологію реалізація стратегії забезпечення конкурентних переваг.

Джерела, рекомендовані до заняття [7; 10].

Тема 9. Визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємства.

1. Сутність та рівні потенціалу конкурентоспроможності підприємства
2. Складові потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
3. Методи оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
4. Прикладні моделі оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його складових.
5. Методи визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
6. Стратегічний аналіз потенціалу конкурентоспроможності підприємства.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Сутність та рівні потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Внутрішньо нейтральна організація управління. Зовнішньо нейтральна організація управління. Орієнтація управління порівняльними перевагами на ринок.
2. Складові потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Організаційний потенціал. Виробничий потенціал. Управлінський потенціал. Кадровий потенціал. Маркетинговий потенціал. Фінансовий потенціал. Інформаційно-інноваційний потенціал підприємства.
3. Методи оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства.

За напрямком формування інформаційної бази:

- Критеріальні – Теорія конкурентних переваг М. Портера; Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена; GAP-аналіз; PIMS-аналіз; Модель аналізу Мак-Кінсі 7S; Методика Ансоффа.
- Експертні – STEP-аналіз; SWOT-аналіз; Метод порівнянь; Метод рангів; Метод вивчення профілю об'єкта.

За способом відображення кінцевих результатів:

- Графічні – Теорія конкурентних переваг М. Портера; Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена; SWOT-аналіз; Модель аналізу Мак-Кінсі 7S; Метод вивчення профілю об'єкта; Графічна методика Зав'ялова.
- Логістичні – STEP-аналіз; SPACE-аналіз; GAP-аналіз; LOTS-аналіз; PIMS-аналіз.
- Одномоментні – Аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555; Методика Ансоффа щодо КСФ; Методика Градова щодо детермінантів «національного ромба»; Метод американської асоціації управління; Метод порівнянь; Метод інтегрального критерію; Метод вивчення профілю об'єкта; Графічна методика Зав'ялова.

За можливістю розроблення управлінських рішень:

- Стратегічні – Теорія конкурентних переваг М. Портера; Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена; STEP-аналіз; SPACE-аналіз; GAP-аналіз; LOTS-аналіз; PIMS-аналіз; SWOT-аналіз; Модель аналізу Мак-Кінсі 7S; Метод рангів.

За способом оцінки:

- Індикаторні – STEP-аналіз; SPACE-аналіз; GAP-аналіз; LOTS-аналіз; PIMS-аналіз; Аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555; Методика Ансоффа щодо КСФ; Методика Градова щодо детермінантів «національного ромба»; Метод порівнянь; Метод рангів; Метод вивчення профілю об'єкта; Графічна методика Зав'ялова.
- Матричні – Теорія конкурентних переваг М. Портера; Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена; Матриця І. Ансофа «Товар – Ринок»; SWOT-аналіз; Модель аналізу Мак-Кінсі 7S.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАТЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»).

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується проаналізувати та визначити потенціал конкурентоспроможності підприємства та його складових на прикладі підприємства ... (збір вторинної інформації: аналіз офіційного сайту підприємства та інших офіційних джерел).

Завдання для самостійної роботи – 6 годин.

1. Проаналізувати офіційний сайт обраного підприємства що до діяльності підприємства та його конкурентних переваг.
2. Знайти інші офіційні джерела інформації пов'язані з інформацією конкурентних перевагах підприємства та проаналізувати цю інформацію.
3. Вибрати декілька методів оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства зробити попередній аналіз.

Джерела, рекомендовані до заняття [7; 9; 10].

Тема 10. Розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності підприємства.

1. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
2. Розробка програми підвищення якості продукції та ефективності господарської діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
3. Розробка стратегічного та тактичного плану реалізації конкурентної стратегії підприємства.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ.

1. Програми підвищення якості продукції та ефективності господарської діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
2. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
3. Етапи розробки стратегічного та тактичного плану реалізації конкурентної стратегії підприємства.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАТЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту: «Аналіз конкурентного середовища на прикладі підприємства «.....»).

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується визначити:

1. Розробити програму підвищення якості продукції.
2. Розробити програму ефективності діяльності підприємства як складову програму підвищення конкурентоспроможності підприємства.
3. Розробити стратегічний та тактичний план реалізації конкурентної стратегії підприємства.

Джерела, рекомендовані до заняття [7; 9; 10].

5. ПИТАННЯ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Суть та поняття – конкуренція, конкурентна політика, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.
2. Трансформаційні процеси економічних концепцій конкуренції.
3. Функції та види конкуренції.
4. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренції.
5. Сутність, мета та інструментарій державного регулювання конкуренції.
6. Правові засади державного регулювання конкуренції.
7. Відповідальність за порушення законодавства про захист конкуренції.
8. Закордонний досвід формування системи антимонопольного регулювання.
9. Сутність конкурентного середовища та його складові.
10. Методика діагностики конкурентного середовища підприємства.
11. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку, методи впливу.
12. Аналіз стратегічних конкурентів.
13. Оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку.
14. Аналіз конкурентної позиції підприємства на ринку, конкурентна карта ринку.
15. Сутність та рівні потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
16. Складові потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
17. Методи оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства.

18. Прикладні моделі оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його складових.
19. Методи визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
20. Вміти провести стратегічний аналіз потенціалу конкурентоспроможності підприємства.
21. Визначення конкурентної переваги підприємства та її особливостей.
22. Види та детермінанти конкурентних переваг підприємства.
23. Формування конкурентних переваг підприємства, та його оцінювання
24. Напрями забезпечення конкурентних переваг підприємств.
25. Характеристика методів забезпечення конкурентних переваг підприємства.
26. Використання методів забезпечення конкурентних переваг у стратегічному управлінні конкурентоспроможністю підприємства
27. Використання інформаційно-методичні моделі управління конкурентоспроможністю підприємства.
28. Оцінювання конкурентних позицій підприємств методом БКГ.
29. Багатофакторна модель як засіб системного управління конкурентоспроможністю підприємства.
30. Моделі портфельного аналізу та проектування в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.
31. Сутнісні характеристики технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.
32. Принципові основи технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.
33. Технології формування і реалізація стратегії забезпечення конкурентних переваг.
34. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
35. Програми підвищення якості продукції та ефективності господарської діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
36. Стратегічний та тактичний план реалізації конкурентної стратегії підприємства.

6. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ, ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Бачевский Б.Е., Заблоцька І.В., Решетняк Потенціал і розвиток підприємства: навч. пос. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 400 с.
2. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании. Определение стратегических возможностей. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 368 с.
3. Зарубежные подходы в реализации конкурентной политики / К.Б. Каленов, В.А. Кочнев, Б.М. Тулинов, С.В. Чемезов. URL: www.library.mephi.ru/data/scientificsessions/2008/t15/1-1-7.doc.
4. Косянчук Т.Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства // Наукові записки. Серія «Економіка». 2013. №23. URL: <https://ecj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/10.pdf>.
5. Лупак Р.Л., Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
6. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємства» для здобувачів вищої освіти всі спеціальностей НУВГП денної та заочної форми навчання / Швець Ф.Д., Андрійцьо-Рузаева А.Ю. Рівне: НУВГП, 2019. – 51 с.
7. Портер М. Конкуренция. Москва: Вильямс, 2005. 608 с.
8. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М: «Альпина Бизнес Букс». 2005. С. 454.
9. Селезньова О.О., Шмагіна В.В., Робул Ю.В. Розвиток інструментарію маркетингових комунікацій в контексті розширення послуг підприємств сфери реклами. Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління. Т. 18, Вип. 3(43) : збірка наукових праць. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова, 2019. 346 с. С. 51–67.
10. Селезньова О.О., Собченко А.Ю., Євдокімова О.М. Ділова репутація як визначальний фактор формування бренду підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 25. Частина 2. 2019. С. 115–119.
11. Селезньова О.О. Розвиток управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств в Україні: [монографія]. Одеса: Одеська державна академія будівництва та архітектури, 2017. 356 с.
12. Смолин Г.В., Туркот О.А., Хомко Л.В. Господарське право України. Загальна частина: підручник / за заг. ред. Г.В. Смолина. Львів: ЛьвДУВС, 2017. 484 с.
13. Стахова М.В., Малик О.В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства // Економіка та управління підприємством. 2017. №16. С. 468–473.
14. Управління конкурентоспроможністю підприємства: підручник / Ю.Б. Іванов, М.О. Кизим, О.М. Тищенко, О.Ю. Іванова, О.В. Ревенко, Т.М. Чечетова-Терашвілі. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 320 с.
15. Чернявський А.Д., Філіпшов М.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. 234 с.
16. Шмагіна В.В. Стратегический маркетинг: уч. метод. пособие. Камянец-Подольский: Рута, 2014. 198 с.
17. Шмагіна В.В. Теоретичні основи маркетингу. Методичний посібник. Одеса: Студія Негоціант, 2003. 30 с.
18. Шмагіна В.В. Стратегічне управління. Методичний посібник. Одеса: Студія Негоціант, 2003. 67с.
19. Юхименко В. Еволюція концепцій конкуренції: від класичного капіталізму до інноваційно-інформаційної економіки // Вісник КНЕТУ. 2010. № 2. С. 17–26.
20. Seleznova O., Rudinska O., Kusy N., International marketing activity of advertising agencies: current challenges and tasks. Scientific Light. Vol. 1. No 32/2019. Pp. 8–13.

Підписано до друку 23.10.2020 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 1,63. Тираж 100. Замовлення № 30/1020.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво та друк: «ОЛДІ-ПЛЮС»
вул. Паровозна, 46-А, м. Херсон, 73034
Свідоцтво ДК № 6532 від 13.12.2018 р.

Тел.: +38 (0552) 399-580, +38 (098) 559-45-45,
+38 (095) 559-45-45, +38 (093) 559-45-45
Для листування: а/с 20, м. Херсон, Україна, 73021
E-mail: office@oldiplus.ua