

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Освітня програма: Менеджмент організацій і адміністрування,
Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Маркетинг

Спеціальність: 073 Менеджмент, 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління і адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 3 від 9 грудня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2024р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Управління конкурентоспроможністю підприємства
Освітня програма	Менеджмент організацій і адміністрування, Менеджмент ЗЕД, Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	073 Менеджмент, 075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління і адміністрування
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	вибіркова
Курс / семестр	4/7
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 14 год. Семінарські заняття – 16 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу

Метою викладання навчальної дисципліни “Управління конкурентоспроможністю підприємства” є поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

Основними завданнями вивчення дисципліни “Управління конкурентоспроможністю підприємства” є оволодіння системою знань про принципи, методи та технологію формування конкурентних переваг і забезпечення на їх основі життєздатності підприємства як суб’єкта економічної діяльності.

Відповідно до вимог освітньої програми студенти повинні:

знати:

основні конкурентні переваги та способи їхнього досягнення конкретним підприємством в залежності від ситуації, що складається;

базові різновиди конкурентних стратегій, основні типи ринків та відповідні їм ефективні стратегії конкуренції;

загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства;

зміст основних положень сучасної концепції менеджменту якості;

послідовність етапів створення на підприємстві системи менеджменту якості і забезпечення її ефективного функціонування;

сутність загальної концепції управління конкурентоспроможністю підприємства та специфічні особливості управління конкурентоспроможністю організацій різних типів.

вміти:

оволодіти основами теорії застосування відповідних підходів та методів підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг;

з’ясувати механізми та інструменти практичної реалізації функцій

управління щодо підвищення ефективності функціонування організації;
аналізувати основні чинники конкурентних переваг та конкурентні позиції організації на ринку та навчити студентів використовувати здобуті знання у підприємницькій діяльності;
здійснювати аналіз положення підприємства у конкурентному середовищі; проводити діагностику та ревізію поточної конкурентної стратегії;
здійснювати аналіз конкурентних переваг, якими володіє підприємство, та визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності;
виконувати розрахунки, що пов'язані з оцінкою ступеню інтенсивності конкуренції; здійснювати розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, що спрямовані на підвищення якості продукції і продуктивності виробництва;
виконувати розрахунки та здійснювати аналіз одиничних, групових та інтегральних показників конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства;
визначати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства.

Компетентності

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та семінарські проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук/ **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.

СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

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.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 7. Виявляти навички організаційного проектування.

ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

ПРН 10. Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації.

ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	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 монополії. Конкурентне середовище підприємства. Структура вхідних бар'єрів в галузь та напрями їх зменшення. Інтенсифікація конкуренції. Визначення ступеня	Тести, питання

		концентрації ринку. Індекс Херфінделя-Хіршмана Особливості конкурентних відносин в Україні.	
2.	Тема 2. Види конкурентної боротьби	Умови виникнення конкуренції. Функції та завдання конкуренції Економічний закон конкуренції. Форми економічної конкуренції Захист економічної конкуренції. Промислове шпигунство та патентування в системі добросовісної конкуренції.	Тести, питання
3	Тема 3. Конкурентоспроможність конкурентні переваги	Виділ конкурентоспроможності 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	Тести, питання
4	Тема 4. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності 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	Тести, питання
5	Тема 5. Реалізація конкурентних стратегій підприємства	Процес виділення стратегічних зон господарювання. Ситуаційне проектування конкурентної стратегії. Колесо стратегії. Конкурентні стратегії на різних етапах ЖЦ ринків. Вертикальна диференціація та деконструкція вартісного ланцюга	Тести, питання,
6	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.	Тести, питання,
7	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.	Тести, питання
8	Тема 8. Маркетинговий механізм системи забезпечення конкурентоспроможності	Маркетингова цінова політика. Конкурентні стратегії ціноутворення. Система маркетингових комунікацій. Розробка маркетингової стратегії підприємства Бренд-менеджмент в структурі конкурентоутворюючих факторів Маркетингова товарна інноваційна політика.	Тести, питання,

	підприємства	Система розподілу. Управління внутрішнім маркетингом	
9	Тема 9. Логістика як спосіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства	Концептуальні основи логістики та її функції. Типи логістичних систем Логістична оптимізація та ефективність Логістика в структурі конкурентоутворюючих факторів. Формування міжнародних логістичних центрів	Тести, питання,
10	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.	Тести, питання,
11	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	Тести, питання,
12	Тема 12. Визначення основних напрямків та розробка програм підвищення конкурентоспроможності	Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств. Напрями підвищення конкурентоспроможності галузі та країни	Тести, питання,

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	0
Семінарське заняття	50
Самостійна робота	20
Індивідуальне завдання	30
Залік	0
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			
Лекції																				
Семінарські з-тя			2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			50
Самостійна р-та														10						20

Індивідуальні завдання								15							15		30
Залік /Екзамен																0	0
Всього за тиж-нь			2	2	2	2	2	7	2	2	2	2	12	2	9	10	100
															0		

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа
Література:	
<p>1. Синиця С.М., Гринів Л.В., Крупа О.М. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Навчальний посібник з грифом “Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів”. - Івано-Франківськ: Плай. – 407 с.</p> <p>2. Гринів Л.В., Синиця С.М., Ляхович Г.І. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник з грифом “Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів” (Лист від 09.07.2013р. № 1/11 – 6230). Івано-Франківськ: Плай. 2014. 408 с.</p> <p>3. 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.</p> <p>4. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.</p> <p>5. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.</p> <p>6. Гринів Л.В. Методи оцінки ефективності прийняття управлінських рішень / Л.В.Гринів, О.П.Вачіль// Вісник Прикарпатського університету. Серія Економіка. Івано-Франківськ: Плай, – 2015– № 11 – С.292-296</p> <p>7. Гринів Л.В. Особливості формування і зміни організацій культури підприємства/ Л.В.Гринів, Ю.Е.Кузьмичова // Збірник тез доповідей наукових читань, «Стратегічні детермінанти соціально - економічного розвитку в умовах трансформаційних перетворень», присвячених пам'яті Володимира Павловича Череваня, 25 квітня 2018 року – м.Київ. – С.47-50</p> <p>8. 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.</p> <p>9. Гринів Л.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності міжнародних транспортних перевезень / Л.В. Гринів, С.М. Синиця // Наука й економіка. 2010. № 3 (19). С.115-121.</p> <p>10. Ткач О.В., Гринів Л.В., Михайлів Г.В. Напрями мінімізації ризиків логістичної системи підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Причорноморські економічні студії. Випуск 51. 2020. С.125-130</p> <p>11. О. Tkach, L. Hryniv, H. Mykhailiv. Logistical outsourcing as an effective enterprise activity mechanism rising. Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. Vol. 7, No. 3, 2020. P.97-115.</p> <p>1. Котиш О. М., Мілько І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: організація та управління : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 183 с.</p> <p>2. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2011. 488 с. ISBN 966-574-275-2.</p> <p>3. Камінська Т. М. Місце України у міжнародній торгівлі послугами. Економічна теорія та право. 2019. № 1 (36). С. 27-41.</p> <p>4. Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг: теорія, практика, бізнесіндустрія. Економічна теорія та право. 2019. № 2 (37). С. 48–66.</p> <p>5. Державна служба статистики України. – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/</p> <p>6. Лизак М.П., Материнська О.А., Гринів Л.В. Сучасні тенденції у менеджменті: перехід до гібридної робочої моделі та дистанційного управління. <i>Цифрова економіка та</i></p>	

економічна безпека. Вип. 8 (08). 2023. С. 29-36. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.8-6>

7. Гринів Л.В., Михайлів Г.В. Особливості ЗЕД підприємств України в умовах глобалізації та воєнного стану. *Наукові інновації та передові технології*. № 14 (28). 2023. С. 74-84. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14\(28\)](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14(28))

8. Tkach O, Hryniv L. Effective export strategy issue for foreign trade activity of the developed economy enterprises. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. Vol. 10, No. 4(2023), 81-92. doi: [10.15330/jpnu.10.4.81-92](https://doi.org/10.15330/jpnu.10.4.81-92)

9. Гринів Л.В. Перспективи розвитку міжнародної торгівлі України з Європейським Союзом в умовах спрощеного митного регулювання. *Moderní aspekty vědy. Svazek XXII mezinárodní kolektivní monografie. Česká republika* 2022. С. 161-173. <http://surl.li/fmqwz>

7. Контактна інформація

Кафедра	Менеджменту і маркетингу, вул.Шевченка, 57, Гуманітарний корпус, кабінет 810, https://kmim.pnu.edu.ua/ , kmim@pnu.edu.ua
Викладач (і) Гостьові лектори	Гринів Любов Володимирівна, доц., к.е.н., доц. кафедри менеджменту і маркетингу
Контактна інформація викладача	Liubov.hryniv@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>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.</p> <p>Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету, зокрема таким документом в ЗВО є Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, введеного в дію наказом ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника від 27 вересня 2022 р. № 530 http://surl.li/eonvn</p> <p>Відповідно, будь які прояви академічної доброчесності недопустимі, зокрема списування під час контрольних заходів чи екзаменів. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	Відвідання занять є важливою складовою навчання та обов'язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним

	документом. 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(https://d-learn.pnu.edu.ua).
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини, що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю.
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність https://pnu.edu.ua/dokumenty/ та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти»
Додаткові бали	За рішенням кафедри студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть бути зараховані додаткові бали.
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» введеного в дію наказом ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника від 24 листопада 2022 р. № 672 http://surl.li/dzryl

Викладач _____ Гринів Л.В.