

СИЛАБУС

з дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» на отримання ступеню вищої освіти «магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредитів (ECTS): 14 годин лекції, 16 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, залік.

Викладач курсу – Сєвідова Ірина Олександрівна д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій (<http://new.khntusg.com.ua/staff/sievidova-irina-oleksandrivna>)

ОПИС КУРСУ

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисциплін: «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Економіка підприємства», «Стратегія підприємства», «Планування діяльності підприємства» та ін.

Постреквізити. Опанування здобувачами вищої освіти навичок застосування методів і механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств та ефективності діяльності суб'єктів господарювання, набуття навичок управління, необхідних для професійної діяльності.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги). При вивченні дисципліни визначаються теоретико-методологічні засади формування механізмів управління конкурентоспроможністю підприємств різних форм власності в умовах глобальних трансформацій. Розкрито функціональні основи розвитку конкурентних відносин, враховуючи інституційні чинники конкуренції та державного регулювання економіки. Розкриваються характери інформаційно-аналітичного та методичного забезпечення, діагностики, стратегічного аналізу, оцінювання ефективності формування і забезпечення конкурентних переваг та управління конкурентоспроможністю підприємства. Досліджується динамічність ринкового середовища зумовлює необхідність розробки підприємствами ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності продукції, підприємств, галузей та країни в цілому.

Запропонована навчальна дисципліна висвітлює питання формування системи знань, необхідних для забезпечення конкурентоспроможності сучасних вітчизняних підприємств: ключові проблеми конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств різних галузей; уміння визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів, розробляти програми її підвищення; навички аналізу форм і методів конкуренції в трансформаційний період, вибору оптимальних стратегій українських підприємств.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати:

- основні складові конкурентного середовища та вміти обирати ефективний спосіб забезпечення ефективного функціонування системи управління якістю;
- орієнтуватися в можливостях розробки програми підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та розрахунків основних показників системи управління якістю;
- характеристики та ознаки видів та типів конкурентних стратегій;
- особливості державної політики в сфері регулювання конкуренції;
- сучасні проблеми забезпечення якості вітчизняних товарів та послуг;

вміти:

- абстрактно мислити, мати навички пошуку, опрацювання, аналізу та синтезу інформації;
- проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;
- здійснювати економічний аналіз, аудит та консалтинг;
- вести бізнес і розвивати його в умовах конкурентної боротьби; планувати та управляти часом

при проведенні досліджень;

- проводити дослідження, генерувати нові ідеї, здійснювати інноваційну діяльність;
- володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення, функціонування та забезпечення сталого розвитку підприємницьких структур;
- демонструвати вміння оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємства з урахуванням ризиків;
- керувати проектом розвитку підприємницької діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках із застосуванням новітніх методів управління;
- представляти результати аналітичних досліджень та власних розробок щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та якості їх товарів та послуг.

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою викладення дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» є формування у майбутніх фахівців систематизованого комплексу знань щодо конкурентоспроможності підприємства, а саме: сутність конкурентоспроможності як категорії і як властивості підприємства ринкової економіки; конкурентне середовище підприємства, його конкурентні переваги та конкурентні стратегії; конкурентоспроможність товару, підприємства та методи її оцінки; системи та процеси управління конкурентоспроможністю; процеси забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дисципліни є пізнання та свідоме використання сучасних концепцій, методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності продукції, фірми, стратегічних зон господарювання, конкурентного статусу фірми, діагностики конкурентного середовища підприємства та розробки і обґрунтування оптимальної стратегії управління конкурентоспроможністю.

Основними **завданнями**, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу, є:

- ознайомлення студентів з новітньою теорією та сучасною практикою управління конкурентоспроможністю підприємства, що забезпечує його стабільне функціонування й розвиток;
- засвоєння слухачами теоретичних та практичних аспектів діагностики власної конкурентної позиції фірми на ринку;
- набуття студентами навичок аналізувати галузь в цілому та прогнозувати еволюцію фірми в майбутньому, зрозуміти своїх конкурентів і своє власне становище та переводити цей аналіз у конкурентну стратегію в певному бізнесі;
- формування умінь самостійної розробки та прийняття управлінських рішень щодо управління конкурентоспроможністю конкретного підприємства та його структурних підрозділів;
- розвиток у студентів дослідницьких і організаторських здібностей опанування та застосування методичних підходів щодо здобуття фірмою конкурентних переваг.

Компетентності, що забезпечуються. Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців компетентності щодо формування цілісної уяви про процеси, які притаманні організації міжнародної маркетингової діяльності на підприємстві, а також формування здатностей:

- вміння ідентифікувати усі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, та визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності;
- здатність уточнювати масштаби конкурентного галузевого середовища підприємства й оцінювати розстановку сил;
- вміння кількісно оцінити величину ступеню інтенсивності конкуренції, здійснювати розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, що спрямовані на підвищення якості продукції і продуктивності виробництва;
- вміння економічно обґрунтовувати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства;
- вміння практично застосовувати моделі та методики оцінювання вартості

конкурентоспроможності підприємства;

- вміння обґрунтувати та визначати різновид управління потенціалом підприємства задля його розвитку, підвищення конкурентоспроможності, вартості та ефективності.

Результати навчання. За результатами вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні вміти: використовувати різні методи і форми аналізу конкурентоспроможності товару, підприємства; застосовувати різні системи планування, контролю та оцінювання конкурентоспроможності підприємства; вибирати систему економічних показників для діагностування та оптимізації роботи підприємства.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Теоретичні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства»

Лекції:

- Тема 1. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринку.
- Тема 2. Конкурентне середовище підприємства.
- Тема 3. Конкурентні переваги підприємства.
- Тема 4. Конкурентні стратегії.

Практичні заняття:

- Тема 1. Конкурентоспроможність суб'єкта конкуренції та її основні ознаки.
- Тема 2. Державна політика в сфері регулювання конкуренції.
- Тема 3. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.
- Тема 4. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія.

Змістовий модуль 2. «Формування конкурентних переваг»

Лекції:

- Тема 5. Конкурентоспроможність товару та методи її оцінки.
- Тема 6. Система та процес стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.
- Тема 7. Розробка та забезпечення реалізації стратегій підвищення конкурентоспроможності.
- Тема 8. Менеджмент якості як фундамент забезпечення стратегічного управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства.

Практичні заняття:

- Тема 5. Якість товару - основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності.
- Тема 6. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.
- Тема 7. Етапи розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності.
- Тема 8. Система управління якістю.

Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: *модуль 1* – 50 % семестрової оцінки; *модуль 2* – 50 % семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

- Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
- Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
- Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>
- Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
- Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
- Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
- Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>