

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Назва поля	Опис
Назва дисципліни	Конкурентоспроможність підприємства Дисципліна вільного вибору другого (магістерського) рівня вищої освіти (соціально-поведінкового спрямування)
Відеозвернення	https://drive.google.com/file/d/1eqwLu2RCfkA_zQhYltRE7u70uZc6VMic/view?usp=share_link
Статус	Вибіркова
Спеціальність	Для всіх спеціальностей крім 051 Економіка
Мова викладання	Українська
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна)	1 - 100
Семестр, в якому викладається	Для магістрів – 3 семестр.
Кількість: - кредитів ЄКТС; - академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо)	3 кредити; академічних годин – 90 (лекції - 12; практичні заняття – 12 самостійна робота – 66).
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Екзамен
Кафедра, що забезпечує викладання	Кафедра прикладної економіки
Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження)	Лекції та практичні заняття – Федорович Ірина Володимирівна, к.е.н., доцент
Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно)	-
Перелік компетентностей, яких набує студент після опанування даної дисципліни	Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей, передбачених відповідним стандартом вищої освіти України: загальних: ✓ Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; ✓ Здатність проводити дослідження на відповідному рівні. фахових: ✓ Здатність формулювати професійні задачі в сфері економіки та розв'язувати їх, обираючи належні напрями і відповідні методи для їх розв'язання, беручи до уваги наявні ресурси; ✓ Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	Результати навчання дисципліни деталізують такі програмні результати навчання, передбачені відповідним стандартом вищої освіти України:

	✓ Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань; ✓ Визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів.
Особливості навчання на курсі	Оцінку знань студентів розраховують на основі рейтингової системи. Контроль знань студентів з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» завершується екзаменом. Допуск до екзамену отримують студенти, які здали і захистили розрахункову роботу та набрали в сумі за контроль теоретичних знань і практичних навиків 60 і більше балів та виконали програму дисципліни.
Матеріально-технічне забезпечення	комп'ютерна техніка, мультимедійний проектор наявність інтернету.
Лінк на дисципліну	в процесі доопрацювання
Стислий опис дисципліни	1 Конкуренція та конкуренто-спроможність: суть і роль у діяльності підприємства Сутнісна характеристика поняття «конкуренція». Функції та види конкуренції. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренцій. 2 Державне регулювання конкуренції. Сутність, мета та інструментарій державного регулювання конкуренції. Правові засади державного регулювання конкуренції. Антимонопольний комітет як спеціальний орган державної політики у сфері конкуренції. 3 Діагностика конкурентного середовища підприємства. Конку-рентні переваги підприємства. Сутність конкурентного середовища та його складові. Методика діагностики конкурентного середовища підприємства. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку. Аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку. 4 Діагностика конкурентоспроможності підприємства. Сутність конкурентоспроможності підприємства та особливості її аналізу та оцінки. Конкурентний статус підприємства. 5 Конкурентоспроможність продукції та методи її оцінки. Методика оцінювання конкуренто-спроможності промислової продукції. Фактори, чинники та критерії конкурентоспроможності товару 6 Ідентифікація конкурентних переваг торговельної марки. Розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності підприємства Розробка конкурентної карти ринку за результатами використання конкурентних переваг торговельної марки

