

## Анотація

### Конкурентоспроможність підприємства

#### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** дати майбутнім фахівцям з маркетингу систематизоване й емпірично аргументоване уявлення про особливості сучасної конкуренції та формування конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах господарювання; формування системи професійної компетенції (знань і практичних вмінь та навичок) щодо оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, розробки, прийняття й реалізації рішень щодо його підвищення, а також розробки та практичного застосування стратегій підтримування і нарощування конкурентних переваг підприємства.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** ознайомити з основними поняттями в області конкурентоспроможності; розглянути сучасну концепцію конкурентоспроможності і її зв'язок з іншими характеристиками підприємства; викласти основні методи оцінки рівня конкурентоспроможності та підходи до її підвищення.

*Компетентності:*

*загальні:*

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

*фахові:*

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

*Програмні результати навчання:*

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.

**Програма навчальної дисципліни:**

Тема 1. Теоретичні основи конкурентних відносин.

Тема 2. Державне регулювання конкуренції.

Тема 3. Конкурентоспроможність підприємства: особливості і проблеми.

Тема 4. Конкурентне середовище підприємства.

Тема 5. Конкурентні переваги підприємства.

Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи її оцінки.

Тема 7. Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Тема 8. Обґрунтування вибору стратегії як інструмента управління конкурентоспроможністю підприємства.

Тема 9. Організаційно-економічне забезпечення системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

**Трудомісткість:**

Загальна кількість годин – 120.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – екзамен.