



**Силабус навчальної дисципліни
«ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА»**

**Спеціальність: 51 Економіка
Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки**

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента з фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	<p>Навчальна дисципліна «Оцінка конкурентоспроможності підприємства» та є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця з економіки підприємства. Предметом навчання є:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретичні основи та методика управління конкурентоспроможністю підприємства у процесі його комерційної діяльності; – пошук та грамотне використання конкурентних переваг підприємства на певному ринку; – розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в умовах ринкової економіки; – обґрунтування оптимальних шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства; – розробка конкурентної стратегії підприємства на внутрішньому та світовому ринках в сучасних умовах інтеграційних процесів.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Курс спрямований на розвиток у студентів навичок критичного мислення, здатності вільно орієнтуватися у великому масиві сучасної економічної інформації; дозволяє сформувати у студентів комплекс теоретичних знань і практичних навичок щодо застосування методів та прийомів оцінки конкурентоспроможності підприємства та його продукції у сучасних умовах господарювання, що допоможуть майбутнім фахівцям-економістам у прийнятті грамотних організаційних та виробничих рішень.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>сутність та види конкурентоспроможності підприємства;</p> <p>сутність та взаємозв'язки: теорії конкуренції, конкурентних переваг на основі теорії цінностей та конкурентоздатності; економічних законів функціонування ринкових відносин; законів організації й управління; наукових підходів та принципів, методів управління різними об'єктами;</p> <p>основні прийоми та методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, галузі та країни в цілому;</p> <p>основні прийоми та методи оцінки конкурентоспроможності товару як складової конкурентоспроможності підприємства;</p> <p>показники, що характеризують конкурентоспроможність підприємства;</p>

	<p>принципи управління конкурентоспроможністю підприємства; першочергові технічні, економічні, соціальні, психологічні, організаційні питання забезпечення конкурентоздатності об'єктів.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<p>Знання принципів та процедур оцінки конкурентоспроможності дозволяє якісно здійснювати:</p> <p>аналіз конкурентного середовища підприємства;</p> <p>дослідження та пошук конкурентні переваги підприємства;</p> <p>розрахунки показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства;</p> <p>аналізувати розрахунки, що отримані при оцінці конкурентоспроможності підприємства;</p> <p>самостійно проводити розрахунок та аналіз конкурентоспроможності товару, підприємства та галузі.</p>
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Сучасні підходи до вивчення конкурентоспроможності. Теорія конкурентної переваги. Методологія створення і реалізації конкурентних переваг. Сучасні проблеми визначення конкурентоспроможності. Класифікація конкуренції за ступенем інтенсивності. Форми конкуренції. Методи конкуренції. Цінова та нецінова конкуренція. Конкуренція і конкуренти. Чинники, що впливають на конкурентну боротьбу. Методи оцінки сили конкуренції. Визначення індексу Херфіндаля-Хіршмана. Фактори, що визначають інтенсивність конкуренції. Поняття конкурентної переваги, види. Середовище, що формує конкурентні переваги. Конкурентні переваги і конкурентоздатність. Пошук конкурентних переваг. Оцінка потенційних можливостей росту. Факторний аналіз ринкових часток. Аналіз причин та умов виникнення конкурентних переваг. Побудова конкурентної карти ринку і систематизація конкурентних переваг. Аутсайдер ринку. Фірма зі слабкою конкурентною позицією. Фірма з сильною конкурентною позицією. Лідер ринку. Оцінка конкурентоспроможності регіону та країни. Стадії конкурентоспроможності країни за Портером. Детермінанти конкурентної переваги країни. Оцінка конкурентоспроможності на основі 380 основних показників, що поєднані в 10 груп. Оцінка конкурентоспроможності країни на основі 9-ти критеріїв. Нормативи по окремим показникам конкурентоспроможності країни. Структурний аналіз у межах галузей. Показники конкурентоспроможності галузі. Виміри стратегії конкуренції. Детермінанти прибутковості фірми. Оцінка власної конкурентної позиції фірми на ринку. Основні методики та показники оцінки конкурентоспроможності фірми. Методологія оцінки конкурентоспроможності товару, сутність. Основні показники оцінки конкурентоспроможності товару. Розробка і реалізація стратегії конкуренції. Базові стратегії конкуренції і конкурентні переваги. Стратегія зниження собівартості продукції. Пошук економічних способів задоволення попиту на товари широкого вжитку. «Гра на зниження цін» в умовах еластичного попиту. Особливості цінових стратегій витиснення конкурентів. «Цінові війни». Проблеми оптимізації обсягів виробництва і збуту. Стратегія диференціації продукції. Орієнтація на вимоги і можливості специфічних груп споживачів. Автоматичне розширення асортименту. Стратегія сегментування ринку. Розробка ринкових ніш. Вкладене сегментування для пошуку ринкової ніші. Цінове сегментування ринку. Стратегія впровадження нововведень. Ступень новизни товарів і переваги монопольної пропозиції. Комерціалізація нововведень. «Зняття вершків» і монопольне встановлення цін. Стратегія швидкого</p>

	<p>реагування на потреби ринку. Комплексне використання конкурентних переваг. Диверсифікація як основа комплексного використання конкурентних переваг. Перехід від сегментації виробництва до групової сегментації товарів. Впровадження гнучких виробничих систем. Організація автономних робочих груп. Рекламна підтримка стратегії конкуренції. Формування бюджету реклами у відповідності до базової стратегії конкуренції.</p> <p>Види занять: лекції, семінарські</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн</p> <p>Форми навчання: очна, дистанційна</p>
Пререквізити	Знання з дисциплін «Оцінка економічної діяльності підприємства», «Управління потенціалом підприємства», «Економічна діагностика», «Стратегія підприємства», загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
Пореквізити	Знання з теорії розвитку можуть бути використані під час написання бакалаврської кваліфікаційної роботи та в процесі вивчення дисциплін “Методи та засоби конкурентного аналізу в авіабізнесі”, «Економічне управління підприємством», «Проектний консалтинг», «Управління економічним потенціалом підприємства» та інших.
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Грущинська Н.М., Антоненко К.В., Побоченко Л.М., Кустов В.О. Конкуренція в міжнародному бізнесі: навчальний посібник/ МОН МС України, Національний авіаційний університет. – Київ: НАУ-друк, 2011. – 220 с. 2. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Підручник/ Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 320 с. 3. Должанський І. З., Загірна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / МОН МС України – Львів: Новий Світ, 2013. – 344 с. 4. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / переклад: А. Олійник, Р. Скільський. – Київ: Основи, 2009. – 390 с.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, проектор
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік, тестування
Кафедра	Економіка повітряного транспорту
Факультет	Факультет економіки та бізнес- адміністрування
Викладач(і)	 <p>РОГАНОВА ГАННА ОЛЕКСАНДРІВНА Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Тел.: +380502290811 E-mail: hanna.rohanova@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.417</p>