

«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ»

Факультет гуманітарної та економічної освіти
 Кафедра менеджменту



Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: «Менеджмент»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

з блоком вибіркових дисциплін

“Бізнес-адміністрування”





РОЗРОБНИК КУРСУ



КОВЕРГА

Сергій В'ячеславович

доктор економічних наук, професор,

академік Академії економічних наук

України, завідувач кафедри менеджменту

Profile: <http://slavdpu.dn.ua/index.php/kafedra-menedzhmentu>

e-mail: kovergaserg1970@gmail.com

Консультації on-line:

на університетській платформі дистанційного навчання

Консультації off-line:

понеділок з 14.00 до 16.00 головний корпус ДДПУ, каб. № 625



Анотація курсу

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкурентоспроможність підприємства, фірми. Дослідження конкурентоспроможності підприємства (фірми) в умовах економічної ситуації дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенційних можливостей для забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Конкурентоспроможність означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно стає більш продуктивним, ніж його основні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів і послуг, його продукція користується постійним попитом. Однак в житті цей стан не є незмінним. Тому керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання і проводити відповідні перетворювання в політиці ведення виробництва та реалізації товарів.

Вивчення курсу конкретизує основні завдання управління фірмою в умовах ринкової економіки для підтримання її конкурентоспроможності по відношенню до інших учасників ринкових відносин.

Метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізму та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності підприємства, а також набуття ними навиків та вмінь дослідження стану конкуренції, аналізу та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, розроблення та практичного застосування стратегії підтримування та нарощування її конкурентних переваг.

Після успішного вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти зможе:

проводити аналіз конкурентних переваг різних об'єктів, проводити аналіз діяльності конкурентів і прогнозувати положення підприємств на ринку, побудувати конкурентну карту ринку й систематизувати конкурентні переваги;; використовувати результати аналізу при розробці конкурентних стратегій підприємства, системно управляти якістю і конкурентоспроможністю підприємства.



ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- ПРН 2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;
- ПРН 3. Проектувати ефективні системи управління організаціями;
- ПРН 4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї;
- ПРН 5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;
- ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;
- ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті;
- ПРН 9. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами;
- ПРН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач;
- ПРН 12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом);
- ПРН 13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).



Компетентності



Інтегральна компетентність Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

Загальні компетентності

- ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;
- ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);
- ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

- СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;
- СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;
- СК4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;
- СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
- СК6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми;
- СК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість;
- СК8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.
- СК9. Здатність аналізувати та структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;
- СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком.



Інформаційний обсяг курсу:

- Тема 1. Теоретичні основи конкурентних відносин.
- Тема 2. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги: види, чинники впливу, принципи оцінки.
- Тема 3. Методологія аналізу конкурентних переваг різних об'єктів.
- Тема 4. Конкурентний статус фірми.
- Тема 5. Аналіз діяльності конкурентів і прогноз положення підприємства в галузі.
- Тема 6. Зміст і структура системи забезпечення конкурентоспроможності.
- Тема 7. Оцінка конкурентоспроможності продукції.
- Тема 8. Оцінка конкурентоспроможності персоналу, організації, галузі, держави.
- Тема 9. Оцінка конкурентоспроможності торговельної марки.
- Тема 10. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю фірми.
- Тема 11. Розробка маркетингової стратегії підприємства відповідно до результатів конкурентного аналізу.
- Тема 12. Економіка як співтовариство конкуруючих компаній.