МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

Затверджено
на засіданні кафедри економіки
підприємства економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 31 серпня 2026 р.)
Завідувач кафедри

проф. Світлана УРБА

СИЛАБУС з навчальної дисципліни «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БІЗНЕСУ», що викладається в межах ОПП «Бізнес-адміністрування» другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів з спеціальності D3 «Менеджмент»

Львів - 2026

Назва курсу	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БІЗНЕСУ
Адреса викладання курсу	79008, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет кафедра економіки підприємства
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	D «Бізнес, адміністрування та право»; D3 «Менеджмент»
Викладачі курсу	ЗАЛОГА Зіновія Михайлівна, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри економіки підприємства
Контактна інформація викладачів	zinoviya.zaloha@lnu.edu.ua; https://econom.lnu.edu.ua/en/employee/zaloha-zinoviia-mykhailivna тел. (032) 239 40 25
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (або на онлайн платформі – MS Teams, Zoom) за попередньою домовленістю з викладачем. Кафедра економіки підприємства, кім. 117, пр. Свободи, 18, м. Львів.
Сторінка курсу	https://econom.lnu.edu.ua/course/konkurentospromozhnist-biznesu
Інформація про курс	Дисципліна «Конкурентоспроможність бізнесу» є вибірковою дисципліною із спеціальності D3 «Менеджмент» для освітньої програми «Бізнес-адміністрування», яка викладається в 3 семестрі в обсязі 4-ьох кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	У навчальному курсі розкривається суть сучасної концепції конкурентоспроможності бізнесу, досліджується алгоритм конкурентного аналізу галузі і бізнесу та його основні інструменти. Висвітлено основні стратегії, що формують конкурентні переваги; процес визначення цільових ринків та принципи сегментування і конкурентного позиціонування; види конкурентних переваг, що базуються на впровадженні інновацій, підвищенні якості, управлінні ланцюжком цінностей та ефективній ціновій політиці.
Мета та цілі дисципліни	**Метою** викладання вибіркової дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу» є формування у студентів комплексних знань у сфері дослідження і оцінки рівня конкурентоспроможності компаній, сучасних тенденцій та змін у процесі конкуренції, вивчення ринку і прогнозування кроків конкурентів, розробка та реалізація рішень щодо зміцнення конкурентних переваг. **Основні завдання** дисципліни полягають у наступному: − ознайомлення студентів з базовими поняттями у сфері конкурентоспроможності бізнесу; − забезпечення теоретичних знань методології і методики визначення конкурентоспроможності компаній; − розгляд сучасної концепції конкурентоспроможності фірми та її зв'язок з іншими характеристиками; − вивчення особливостей вітчизняного та зарубіжного досвіду зміцнення конкурентних переваг компанії;, − формування системи практичних і теоретичних знань з проведення аналізу галузі та рівня конкуренції в ній, обґрунтування конкурентних стратегій та розробка альтернативних планів з використанням сучасного інструментарію стратегічного аналізу;

	− дослідження і оцінка конкретних взаємозв'язків економічних, технічних і управлінських аспектів забезпечення конкурентоспроможності; − набуття навиків самостійного, творчого використання теоретичних знань у практичній діяльності.
Література для вивчення дисципліни	**Основна література** 1. Дмитрієв І. А., Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Конкурентоспроможність підприємства. Навчальний посібник. Харків: ФОП Бровін О. В., 2020. 340 с. 2. Залога З. М., Зеленська І. Р. Стратегія маркетингу: формування конкурентних переваг у сфері продуктового ритейлу. Економіка та суспільство. 2026. № 85. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-137. 3. Козак Ю. Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. Навчальний посібник. 3-тє вид-ня. К.: Центр навчальної літератури, 2022. 300 с. 4. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2022. 220 с. 5. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства. Навчальний посібник. Львів: Вид-тво ЛКА, 2016. 484 с. 6. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 284 с. 7. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції: переклад з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К.: Основа, 1997. 392 с. 8. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства. Навчальний посібник. Харків: Вид-тво НУА, 2018. 320 с. 9. Шевченко Л. С. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства). Навчальний посібник у питаннях і відповідях. Харків: вид-тво «Право», 2022. 312 с. 10.Юхименко П. І. та ін. Конкурентоспроможність підприємства. Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 311 с. **Додаткова література** 1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Навчальний посібник. Загальний курс. 5-е видання. Пер. з англ. К.: вид-тво «Діалектика», 2001. 608 с. 2. Залога З. М. Особливості вибору конкурентних стратегій аграрних підприємств // Form. Market Econ. Ukr. 2021. Випуск 46. 2078-5860 (89-97). DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2021.46.0.4610 3. Залога З. М., Кулеша М. С. Формування бізнес-стратегії у структурі стратегічного управління компанією. Наук. журнал «Причорноморські економічні студії». Причорноморський наук.-дослід. інститут економіки та інновацій. Видав. дім «Гельветика». 2026. № 100. С. 57-63. DOI: https://doi.org/10.32782/bses.100-8 4. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / за ред. Я. А. Жаліла. Національн. ін-т стратегічн. досліджень. К.: Знання України, 2005. 388 с. 5. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / за ред. І. В. Крючкової. Ін-т екон. та прогнозування НАН України. К.: Основа, 2007. 488 с. 6. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення. Монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.

	7. Стойко І. І., Шерстюк Р. П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практ. завдання, термінологічний словник, тести). Навчально-методичний посібник. Тернопіль: ТНТУ, 2023. 156 с. 8. Холод В. В., Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. Навчальний посібник. К.: Вид-тво «Професіонал», 2009. 448с. 9. Хулей Г., Сандерс Дж. Пірсі Н. Маркетингова стратегія і конкурентне позиціонування / переклад з англ. Дніпропетровськ: вид-тво «Баланс Бізнес Букс». 2005. 800 с. 10. Porter Michael E. On competition. Updated and expanded edition. Harvard Business School Publishing. 2010. 592 p. ***Інформаційні ресурси*** 1. URL: https://www.rada.gov.ua – Верховна рада України 2. URL: http://www.library.lviv.ua – Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника 3. URL: https://www.ukrstat.gov.ua – Державна служба статистики України 4. URL: https://www.kmu.gov.ua – Кабінет Міністрів України
Тривалість курсу	Один семестр, 120 годин
Обсяг курсу	120 годин, 4 кредити. Для денної форми навчання: 40 годин аудиторних занять: з них 24 години лекцій, 16 годин практичних занять. Самостійна робота – 80 годин. Для заочної форми навчання: 16 годин аудиторних занять. З них 10 годин лекцій, 6 годин практичних занять. Самостійна робота – 104 години.
Очікувані результати навчання	У результаті вивчення дисципліни студент повинен: ***Знати:*** - сучасні тенденції і зміни у процесі конкуренції; - поняття конкурентоспроможності різних об'єктів; - основні стратегії, що створюють конкурентні переваги; - новітні моделі ринків із врахуванням особливостей та інструментів конкурентної боротьби; - передумови, принципи і переваги від сегментації ринків; - поняття конкурентна перевага та стійкість конкурентної переваги, як основа успішної діяльності компанії на ринку; - види та джерела конкурентних переваг; - загальні та специфічні фактори, що визначають рівень конкурентоспроможності компанії. ***Вміти:*** - аналізувати макро і мікросередовище та основних конкурентів; - використовувати основні методи аналізу галузі та рівня конкуренції у ній; - аналізувати модель п'яти сил у галузевій конкуренції; - досліджувати ланцюжок витрат (цінностей) компанії; - обґрунтувати стратегії конкуренції; - формувати стратегії низьких витрат та диференціації; - розробляти наступальні стратегії; - визначати конкурентну позицію фірми на ринку; - аналізувати конкурентні переваги, якими володіє компанія; - використовувати оборонні стратегії для захисту конкурентних переваг;

	- формувати цінову політику, яка забезпечує компанії конкурентні переваги; - обґрунтувати шляхи підвищення конкурентоспроможності бізнесу. У результаті вивчення навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу» у студентів мають бути сформовані такі компетентності: **Інтегральна компетентність (ІК):** 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 (ЗК):** ЗК 1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. **Спеціальні компетентності (СК):** СК 1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, у тому числі відповідно до визначених цілей та міжнародних стандартів. СК 2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани. СК 4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації. СК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, ухвалювати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію. СК 13. Здатність забезпечувати фінансову стійкість бізнесу за невизначених умов та ризиків. Викладання дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу» повинно забезпечити такі **програмні результати навчання (ПРН):** ПРН 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах. ПРН 2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення. 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.
Ключові слова	Конкурентоспроможність, конкуренція, бізнес, конкурентні переваги, конкурентні сили, стратегія конкуренції, конкурентна боротьба.
Формат курсу	Денний/заочний Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем навчальної дисципліни.
Теми	**Тема 1.** Концепція конкурентоспроможності. **Тема 2.** Стратегія та конкурентоспроможність компанії. **Тема 3.** Дослідження конкуренції у межах галузі: сегментування і конкурентна перевага. **Тема 4.** Аналіз конкурентоспроможності компанії на даний момент і у майбутньому.

	Тема 5. Створення стійкої конкурентної переваги. **Тема 6.** Цінова політика як фактор формування конкурентних переваг. **Тема 7.** Ланцюжок цінностей (витрат) як інструмент аналізу і зміцнення конкурентоспроможності. **Тема 8.** Роль інформаційних технологій у досягненні конкурентних переваг.
Підсумковий контроль, форма	Залік у кінці семестру.
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як основи бізнесу, маркетинг, стратегія бізнесу, ціни та ціноутворення, проектний аналіз.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовувати-сь під час викладання курсу	Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу» є: - метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (розповідь, пояснення, бесіда, лекція, ілюстрація, демонстрація, спостереження); - метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навиків (практична робота, вправи); - метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять; - метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач, написання наукових робіт на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навиків (самостійна робота); - електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Google Class Room, Moodle. Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проєкти, спільні розробки), дискусія.
Необхідне обладнання	Вивчення курсу «Конкурентоспроможність бізнесу» потребує використання комп`ютера, загально вживаних програм і операційних систем з метою подання електронних матеріалів (електронна пошта, платформи Microsoft Teams, Zoom, Google Class Room), мультимедійного проектора, дошки, крейди.
Критерії оцінювання	Оцінювання проводиться за **100 бальною шкалою**. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: – практичні заняття – 20% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 20 балів; – модулі – 30% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 30 балів; – індивідуальне завдання – 50% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 50 балів. **Підсумкова максимальна кількість – 100 балів.**

Критерії оцінювання знань студентів	Максимальна кількість балів
1. Поточна успішність за участь у практичних заняттях (4 відповіді по 5 балів) – 20 балів	
Критерії оцінювання	**20 балів**
студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.	**5**
студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.	**4**
студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.	**3**
студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.	**2**
студент не володіє матеріалом.	**0**
2. Модульний контроль (2 модулі по 15 балів) – 30 балів	
Критерії оцінювання	
1. Перший рівень (10 завдань) – завдання із вибором відповіді – тестові завдання. Завдання із вибором відповіді вважається виконаним правильно, якщо в картці тестування записана правильна відповідь. За кожне правильно виконане завдання виставляється ***0,5 бала (максимально 10 × 0,5= 5 балів).*** **2. Другий рівень (2 завдання) – завдання з короткою відповіддю.** Завдання з короткою відповіддю вважається виконаним правильно, якщо студент дав вірні визначення, посилання, тлумачення, короткі коментарі. За кожне правильно виконане завдання студенту виставляється ***2,5 бали (максимально 2 × 2,5 = 5 балів).*** **3. Третій рівень (1 завдання) – завдання з розгорнутою відповіддю (повне обґрунтування відповіді).** В цих завданнях потрібно зробити послідовні, логічні пояснення, необхідні посилання, вказати факти, з яких випливає те чи інше твердження. Якщо потрібно, то слід проілюструвати думки схемами, графіками, таблицями. Оцінювання завдань третього рівня ***5 балів (максимально 5 балів).***	
3. Самостійна робота студента (індивідуальне завдання) – 50 балів	
Критерії оцінювання	
▪ робота виконана та захищена згідно з графіком, з поясненнями та висновками і в повному обсязі	**50**
▪ робота захищена, але виконана частково, з порушенням термінів або вимог	**25-49**
▪ робота не захищена та виконана частково, з порушенням термінів або вимог	**1-24**
▪ робота не виконана	**0**
5. Залік	
Семестровий залік як форма підсумкового контролю є обов'язковим для всіх студентів. Залік оформляється за результатами поточної успішності студента. Результат заліку залежить від загальної кількості набраних балів. **Оцінка за залік є остаточною.**	

Письмові роботи: Студенти виконують індивідуальне письмове завдання.

Академічна доброчесність: Роботи студентів мають бути їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу», яка завершується заліком, становить 100 балів.

При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

СУМА БАЛІВ	Оцінка ECTS	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		екзамен	залік
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81-89	B	добре	
71-80	C		
61-70	D	задовільно	
51-60	E		
21-50	FX	незадовільно	не зараховано
0-20	F		

Питання для самоконтролю

1. Суть поняття конкурентоспроможність.
2. Конкурентоспроможність різних об'єктів.
3. Форми, методи і сучасні тенденції конкуренції.
4. Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу.
5. Методи аналізу загальної ситуації в галузі та рівня конкуренції у ній.
6. Конкурентні сили, які діють у галузі та міра їх впливу.
7. Зміна у структурі конкурентних сил в галузі і конкуренції у ній.
8. Визначення найсильніших/найслабших конкурентних позицій компанії.

	9. Визначення наступного найбільш імовірного стратегічного кроку конкурентів. 10. Характеристика загальних стратегій конкуренції. 11. Стратегія низьких витрат (лідерства за цінами). 12. Стратегія диференціації. 13. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації (стратегії нішера). 14. Наступальні стратегії компанії, що зміцнюють конкурентні переваги. 15. Використання оборонних стратегій для захисту конкурентних переваг. 16. Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність. 17. Рівні та критерії конкурентного позиціонування. 18. Принципи сегментування ринку. 19. Ризики та помилки позиціонування компанії. 20. Методологія ринкового сегментування. 21. Визначення привабливості ринкових сегментів. 22. Аналіз SPACE. 23. Використання ресурсів компанії для створення стійкої конкурентної переваги. 24. Загальні підходи досягнення конкурентної переваги. 25. Конкурентна перевага за витратами. 26. Переваги, що базується на унікальних властивостях. 27. Позиціонування бренду. 28. Шляхи зміцнення конкурентних переваг. 29. Цінова політика у системі забезпечення конкурентоспроможності компанії. 30. Сучасні тенденції цінової політики. 31. Основні ефекти політики цін. 32. Аналіз ринкових цін і його використання для обґрунтування цінової політики. 33. Вплив форм ринкової конкуренції на цінову політику. 34. Конкурентоздатність ціни та витрат фірми. 35. Цінові стратегії, що формують та зміцнюють конкурентні переваги. 36. Стратегічний аналіз витрат та ланцюжок цінностей (витрат). 37. Вибір стратегії для досягнення конкурентоспроможності фірми за витратами. 38. Конкурентні переваги, що базуються на інноваціях. 39. Успіхи і провали нових продуктів. Основні типи продуктів. 40. Визначення стійкості конкурентної позиції компанії.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу».

СХЕМА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Дисципліна: Конкурентоспроможність бізнесу
Обсяг: 4 кредити, 1 семестр (120 годин: 24 год. лекцій, 16 год. практичні, 80 год. самостійна робота)
Форма підсумкового контролю: залік

Тиж. / дата / год	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота	Матеріали	Література. *** Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1	2	3	4	5	6	7
4 год.	**Тема 1. Концепція конкурентоспроможності.** Конкуренція - рушійна сила розвитку економіки. Форми конкуренції. Методи конкуренції. Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу. Суть поняття конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність різних об'єктів. Стратегічна конкурентоспроможність. Ланцюжок: якість освіти - інновації - конкурентоспроможність - ресурсозбереження - якість життя. Взаємозв'язок факторів, що забезпечують якість життя.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 1, 3, 4, 9, 10 Додаткова література: 4, 5, 6, 7	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 1. Концепція конкурентоспроможності.** 1. Основні форми і методи конкуренції. 2. Суть поняття конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність різних об'єктів. 3. Ланцюжок конкурентоспроможності. 4. Взаємозв`язок факторів, що забезпечують конкурентоспроможність.	Практичне заняття		Основна література: 1, 3, 4, 5 Додаткова література: 4, 5, 6, 7	Основні форми і методи конкуренції. Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу. Поняття конкурентоспроможність: конкурентоспроможність товару, персоналу, компанії, регіону та країни.	Згідно з розкладом

4 год.	**Тема 2. Стратегія та конкурентоспроможність компанії.** Процес формування стратегії конкуренції Стратегія низьких витрат. Стратегія диференціації. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації. Стратегія найкращої вартості. Наступальні стратегії (шість основних видів). Оборонні стратегії для захисту конкурентних переваг. Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 2, 7, 9, 10 Додаткова література: 2, 3, 5, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 2. Стратегія та конкурентоспроможність компанії.** 1. Процес формування стратегії конкуренції. 2. Стратегія низьких витрат. 3. Стратегія диференціації. 4. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації. 5. Стратегія найкращої вартості. 6. Наступальні стратегії. 7. Оборонні стратегії для захисту конкурентних переваг. 8. Конкурентоспроможність та стратегія вертикальної інтеграції.	Практичне заняття		Основна література: 2, 7, 8, 9, 10 Додаткова література: 2, 3, 6, 9, 10	Формування стратегії конкуренції. Базові стратегії конкуренції: низьких витрат, диференціації, сфокусовані стратегії. Основні наступальні стратегії. Оборонні стратегії компанії.	Згідно з розкладом
4 год.	**Тема 3. Дослідження конкуренції у межах галузі: сегментування і конкурентна перевага.** Аналіз конкурентного середовища: основні конкурентні сили, що впливають на діяльність компанії; стратегічні групи; еволюція галузі і прогнозування; стабільність	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 1, 2, 3, 7, 9 Додаткова література: 1, 3, 8, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом

	зовнішнього середовища; аналіз SPACE; матриця переваг. Принципи сегментування. Основа для сегментування ринку. Визначення і опис сегментів. Сегментування споживчих ринків. Переваги від сегментування. Практична реалізація сегментування ринків.					
2 год.	**Тема 3. Дослідження конкуренції у межах галузі: сегментування і конкурентна перевага.** 1. Аналіз конкурентного середовища. Основні методи. 2. Конкурентні сили, що діють на компанію. 3. Принципи сегментування. 4. Практична реалізація сегментування ринків.	Практичне заняття		Основна література: 2, 3, 6, 9, 10 Додаткова література: 1, 3, 5, 9, 10	Основні методи аналізу конкурентного середовища. Конкурентні сили. Основні принципи сегментування. Реалізація сегментування ринків і конкурентна перевага.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 4. Аналіз конкурентоспроможності компанії на даний момент і у майбутньому.** Прогнозування майбутнього попиту і потреб ринку. Прогнозування на основі попиту в минулому та рівня поточного попиту. Прогнозування на основі намірів та думок експертів. Дослідження у сфері сегментування і позиціонування. Якісні та кількісні методи дослідження позиціонування. Вибір ринкових цілей. Процес визначення ринку або сегмента. Вибір напряму сегментування, визначення привабливості сегмента, наявних і потенційних переваг. Альтернативні стратегії вибору ринкових цілей.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 3, 6, 7, 10 Додаткова література: 1, 8, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом

2 год.	**Тема 4. Аналіз конкурентоспроможності компанії на даний момент і у майбутньому.** 1. Прогнозування майбутнього попиту і потреб ринку. 2. Якісні та кількісні методи дослідження у сфері позиціонування. 3. Вибір ринкових цілей. Визначення привабливості ринкового сегмента і переваг. 4. Альтернативні стратегії вибору ринкових цілей.	Практичне заняття		Основна література: 3, 6, 7, 10 Додаткова література: 1, 8, 9, 10	Прогнозування майбутнього попиту і потреб ринку. Якісні та кількісні методи дослідження позиціонування. Вибір ринкових цілей. Альтернативні стратегії вибору ринкових цілей.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 5. Створення стійкої конкурентної переваги.** Використання ресурсів компанії для створення стійкої конкурентної переваги. Основні шляхи досягнення конкурентної переваги. Два види конкурентних переваг: низький рівень витрат і диференціації (продукту, розподілу, за ціною, за рекламою, бренду). Утримання конкурентної переваги: унікальні та високоякісні продукти, зміцнення зв'язків із споживачами, чітке визначення цільових ринків, визнаний бренд і довіра до компанії.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 1, 2, 3, 7, 9 Додаткова література: 1, 8, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 5. Створення стійкої конкурентної переваги.** 1. Ресурси компанії для створення стійкої конкурентної переваги. 2. Основні шляхи досягнення конкурентних переваг. 3. Утримання конкурентної переваги компанії.	Практичне заняття		Основна література: 1, 3, 7, 8, 9 Додаткова література: 1, 3, 8, 9, 10	Ресурси компанії та основні шляхи досягнення конкурентних переваг. Низькі витрати та диференціація. Унікальні властивості продукту, цільові ринки, бренд, довіра до компанії.	Згідно з розкладом

4 год.	**Тема 6. Цінова політика як фактор формування конкурентних переваг.** Цінова політика: поняття, види, інструменти, ризики. Сучасні тенденції. Система цілей і ефекти цінової політики. Найвищі цілі: прибуток, безпека, незалежність компанії. Основні ефекти: виручки; середньої ціни; знижок; ефект збуту і конкуренції; витрат і безпеки; ефект орієнтований на споживачів. Система факторів, що визначають цінову політику компанії. Цінові стратегії. Види і умови використання.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 3, 6, 7, 8 Додаткова література: 1, 8, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 6. Цінова політика як фактор формування конкурентних переваг.** 1. Сучасні тенденції цінової політики. 2. Система цілей та ефекти політики цін. 3. Фактори, що визначають цінову політику. 4. Умови використання цінових стратегій.	Практичне заняття		Основна література: 3, 6, 7, 8 Додаткова література: 1, 8, 9, 10	Сучасні тенденції цінової політики. Цілі та ефекти політики цін. Основні фактори, що визначають цінову політику: зовнішні і внутрішні. Особливості використання цінових стратегій.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 7. Ланцюжок цінностей (витрат) як інструмент аналізу і зміцнення конкурентоспроможності.** Стратегічний аналіз витрат та ланцюжка цінностей (витрат). Концепція ланцюжка витрат. Структура: основні та додаткові види діяльності. Аналіз ланцюжка витрат компанії, постачальників та розподілу. Шляхи зниження витрат. Стратегічні можливості досягнення конкурентоспромо-жності за витратами.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 1, 3, 6, 7 Додаткова література: 1, 8, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом

2 год.	**Тема 7. Ланцюжок цінностей (витрат) як інструмент аналізу і зміцнення конкурентоспроможності.** 1. Стратегічний аналіз витрат. 2. Концепція ланцюжка витрат. Основні та додаткові види діяльності. 3. Ланцюжок витрат компанії, постачальників і розподілу. 4. Основні шляхи зниження витрат.	Практичне заняття		Основна література: 3, 6, 7, 10 Додаткова література: 1, 6, 8, 9, 10	Стратегічний аналіз витрат. Основні види діяльності: постачання, виробництво, зберігання і транспортування готової продукції, збут і маркетинг, обслуговування. Основні шляхи зниження витрат.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 8. Роль інформаційних технологій у досягненні конкурентних переваг.** Вплив інформаційної революції на конкуренцію. Стратегічне значення. Трансформація ланцюжка цінностей. Перетворення і зміна продукту. Зміна характеру конкуренції. Зміна структури галузі. Виникнення нових видів бізнесу. Створення конкурентної переваги. Конкуренція у новизні інформації.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Основна література: 1, 8, 10 Додаткова література: 7, 8, 9, 10	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Згідно з розкладом
2 год.	**Тема 8. Роль інформаційних технологій у досягненні конкурентних переваг.** 1. Стратегічне значення впливу інформаційної революції на конкуренцію. 2. Трансформація ланцюжка цінностей. 3. Зміна характеру конкуренції. 4. Створення конкурентної переваги.	Практичне заняття		Основна література: 1, 8, 10 Додаткова література: 7, 8, 9, 10	Аналіз впливу інформаційної революції на конкуренцію. Трансформація ланцюжка витрат. Зміна характеру конкуренції. Виникнення нових видів бізнесу. Створення конкурентної переваги.	Згідно з розкладом