

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Робоча програма
навчальної дисципліни
"КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ
ТА КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА"**

**для студентів спеціальності
8.18010014 "Управління
фінансово-економічною безпекою"
всіх форм навчання**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2016**

Затверджено на засіданні кафедри економічного аналізу.
Протокол № 2 від 09.09.2015 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач А. М. Котов

Робоча програма навчальної дисципліни "Конкурентний Р 58 аналіз та конкурентна розвідка" для студентів спеціальності 8.18010014 "Управління фінансово-економічною безпекою" всіх форм навчання : [Електронне видання] / А. М. Котов. – Харків : ХНЕУ ім. С Кузнеця, 2016. – 50 с.

Подано тематичний план навчальної дисципліни, її зміст з розподілом навчального часу за модулями, темами і формами занять. Наведено плани лекцій, практичних і семінарських занять, методичні рекомендації до вивчення дисципліни та закріплення отриманих знань, систему оцінювання знань студентів, а також список рекомендованої літератури.

Рекомендовано для студентів спеціальності 8.18010014 "Управління фінансово-економічною безпекою" всіх форм навчання.

Вступ

У ринкових умовах із необхідністю проведення конкурентного аналізу та конкурентної розвідки зіштовхуються різні за розміром й формою власності підприємства, приватний бізнес. Дані знання є необхідними для роботи керівників, аналітиків консолідованої інформації, економістів, консультантів із питань оцінювання, бізнес-планування й розроблення бізнес-планів, залучення інвестицій, маркетингу й маркетингових досліджень та ін.

Також знання, отримані під час вивчення дисципліни, можуть бути реалізовані в подальшій дослідній діяльності в якості викладача, наукового співробітника в галузі економіки та ін.

Навчальна дисципліна "Конкурентний аналіз та конкурентна розвідка" є базовою у навчальному плані підготовки магістрів за спеціальністю 8.18010014 "Управління фінансово-економічною безпекою". Вона пов'язана з такими дисциплінами, як "Маркетинг", "Економіка підприємства", "Організація і методика економічного аналізу", "Фінанси", "Менеджмент" та ін. Цей зв'язок простежується через такі категорії, як конкуренція, промислові підприємства, показники діяльності підприємства, ринок, управління, конкурентна позиція, конкурентоспроможність, стратегія та ін. Але в той же час ця дисципліна є самостійним розділом економічної науки, що вивчає особливу сферу економічних відносин із погляду теорії конкуренції й пов'язану з визначенням шляхів досягнення конкурентних переваг й розроблення на цій основі заходів щодо посилення конкурентної позиції підприємства на ринку, підвищення національної конкурентоспроможності економіки країни.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 5	Галузь знань 1801 "Специфічні категорії"	Базова	
Загальна кількість годин (денної форми навчання) – 150	Спеціальність (професійне спрямування): 8.18010014 "Управління фінансово-економічною безпекою"	Рік підготовки	
Загальна кількість годин (заочної форми навчання) – 150		1 М	1 М
		Семестр	
		1-й	1,2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 6,5	Освітній ступінь: магістр	20 год	20 год
		Практичні, семінарські	
		20 год	20 год
		Самостійна робота	
		110 год	110 год
		Вид контролю	
		Екзамен	

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної й індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 36 %;

для заочної форми навчання – 36 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Предметом дисципліни є відносини, що виникають на ринках між суб'єктами господарювання в умовах конкуренції.

Метою опанування дисципліни є набуття студентами необхідних теоретичних основ і практичних навичок щодо аналітичної складової формування конкурентної стратегії підприємства.

Завданням навчальної дисципліни є забезпечення необхідними знаннями щодо основ конкурентного аналізу та конкурентної розвідки, формування вмінь і навичок пошуку, обробки, аналізу, інтерпретації інформації щодо діяльності промислового підприємства та його конкурентів.

Для досягнення мети поставлені такі основні завдання:

засвоєння базових знань для поглибленого вивчення діяльності промислових підприємств як учасників конкурентної боротьби на ринку;

з'ясування сутності, змісту і завдань конкурентного аналізу в системі управління підприємством;

оволодіння технологією, методами і прийомами конкурентної розвідки та аналізу конкурентного середовища підприємства і діяльності конкурентів;

формування вмінь та навичок щодо внутрішньої діагностики підприємства, використання методів визначення й заходів підтримки ступеня його конкурентоспроможності;

засвоєння базових знань щодо управління конкурентними перевагами підприємства;

засвоєння знань і навичок, необхідних для постановки й практичного рішення актуальних завдань конкурентного аналізу в умовах високих темпів економічного й технологічного розвитку підприємств;

оволодіння знаннями щодо визначення перспективного напрямку розвитку підприємства в умовах жорсткої конкурентної боротьби й динамічного розвитку ринку;

формування аналітичних компетентностей, що дозволять студентам активно й творчо брати участь в розробленні й практичному застосуванні сучасних підходів, методів і моделей конкурентного аналізу.

Після опанування дисципліни студент повинен *знати*:

категоріальний апарат дисципліни,

еволюцію й сутність теорії конкуренції й конкурентних переваг підприємств, установ, організації;

сутність процесу конкурентної розвідки та конкурентного аналізу підприємств, установ, організації;

методи конкурентної розвідки;

основні методи та прийоми конкурентного аналізу підприємств, установ, організації;

організацію конкурентної розвідки підприємств, установ, організації;

нормативно-правові засади конкурентної розвідки підприємств, установ, організації;

фактори конкурентного середовища підприємств, установ, організації;
принципи та способи оцінювання інтенсивності конкуренції на ринку підприємств, установ, організації;

сутність та принципи оцінювання ємності й насиченості ринку підприємств, установ, організації;

систему показників статистики цін й ціноутворення підприємств, установ, організації;

методичні основи аналізу ринкової частки, товарної політики підприємств, установ, організації;

порядок, джерела й основні документи для збирання необхідної інформації;
методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств, установ, організації;

основні документи для проведення фінансового аналізу підприємств, установ, організації;

методику комплексного оцінювання процесів формування й розвитку конкурентних переваг підприємства;

основні принципи формування системи управління конкурентними перевагами підприємств, установ, організації;

стратегії конкуренції, заходи та умови їх реалізації;

класифікація витрат на рекламу, методи розрахунку коштів, спрямованих на рекламні цілі підприємств, установ, організації;

основні принципи й методи оцінювання внутрішніх конкурентних переваг підприємства;

аналітичне забезпечення організації захисту підприємства, установи, організації від протиправних поглинань та захоплень;

методи економічного й фінансового аналізів, економіко-математичного моделювання, наглядного подання і наочного зображення матеріалу;

вміти:

організовувати на підприємстві дії з визначення потреб всіх категорій посадових осіб підприємства, установи, організації в інформації;

організовувати на підприємстві дії з визначення системи збирання, відновлення, поширення та зберігання інформації;

надавати пропозиції щодо проведення заходів із дотримання на підприємстві, установі, організації законності і правил внутрішнього розпорядку як складових системи безпеки;

надавати рекомендації щодо підготовки та проведення заходів із забезпечення лояльності та надійності персоналу підприємств, установ, організації в межах підписаного колективного договору;

надавати пропозиції та рекомендації з визначення плану поточної перевірки персоналу, забезпечення надійності персоналу підприємств, установ, організації;

здійснювати аналіз стану корпоративних відносин;

надавати пропозиції з організації захисту підприємства, установи, організації від протиправних поглинань та захоплень;

надавати пропозиції керівництву з організації аналітичного забезпечення управління системою фінансово-економічної безпеки підприємства, установи, організації;

організувати діяльність з конкурентної розвідки підприємств, установ, організації;

використовувати методи збирання інформації про конкурентів підприємств, установ, організації;

проводити порівняльний аналіз учасників ринку підприємств, установ, організації;

визначати рівень конкурентоспроможності товару, підприємства;

проводити оцінювання конкурентних переваг підприємства;

виявляти й оцінювати фактори конкурентоспроможності підприємства;

визначати вплив фінансових результатів підприємства на його конкурентну позицію;

визначати тип конкурентної ситуації на ринку, інтенсивність конкуренції;

будувати конкурентну карту ринку;

проводити діагностику факторів конкурентного середовища;

визначати сильні й слабкі сторони кожного з учасників ринку;

розробляти рекомендації щодо впровадження заходів із підвищення конкурентоспроможності підприємства;

визначати конкурентну стратегію підприємства, що найбільш ефективна в конкретній ситуації, адаптувати стратегію конкуренції до особливостей динаміки ринку.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними компетентностями, що наведені в табл. 2.1.

Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни

Код компетентності	Назва компетентності	Складові компетентності
КАтаКР 1	Визначати конкурентів, збирати та аналізувати інформацію про них	Обґрунтовувати заходи з конкурентної розвідки підприємства
		Визначати способи діагностики конкурентного середовища підприємства
		Здійснювати обґрунтований вибір методів діагностики намірів конкурентів
КАтаКР 2	Використовувати інформаційно-аналітичні матеріали про конкурентів у діяльності підприємства	Наводити аргументовані докази наявності позитивних або негативних можливостей, що можуть з'явитися в результаті діяльності конкурентів
		Виявляти вплив дій конкурентів на основні економічні показники діяльності підприємства і його конкурентну позицію
		Обґрунтовувати рекомендації щодо розроблення та реалізації конкурентної стратегії підприємства

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в додатку А.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки

1.1. Основні напрями теорії конкуренції та конкурентної розвідки.

Класифікація видів конкуренції. Еволюція теоретичних поглядів на конкуренцію. Підходи до визначення даного поняття.

Історія розвитку конкурентної розвідки. Значення конкурентної розвідки для функціонування підприємства. Місце конкурентної розвідки в системі управління підприємства.

Сутність та основні поняття конкурентної розвідки. Мета та завдання конкурентної розвідки. Співвідношення конкурентної розвідки з промисловим шпигунством, діловою розвідкою, бенчмаркінгом та ін. Протидія конкурентам за допомогою конкурентної розвідки. Правові засади конкурентної розвідки. Об'єкти та суб'єкти конкурентної розвідки. Сутність інформації та відомостей про конкурентів.

Організація конкурентної розвідки. Моделі процесу конкурентної розвідки. Циклічність та безперервність конкурентної розвідки. Методи отримання необхідної для прийняття управлінських рішень інформації. Передумови та напрями розвитку конкурентної розвідки.

1.2. Конкурентоспроможність товару і підприємства як об'єкт стратегічного управління.

Розкриття змісту і сутності конкурентоспроможності. Підходи до класифікації конкурентоспроможності. Визначення основних термінів: конкурентна позиція, конкурентний статус, конкурентний потенціал, конкурентоспроможність підприємства і товару. Схема забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Значення конкурентної розвідки для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

1.3. Підходи до визначення і формування конкурентної переваги підприємства.

Еволюція теоретичних досліджень вчених щодо формування і розвитку конкурентних переваг. Детермінанти конкурентної переваги країни. Причинно-наслідковий зв'язок між конкурентними перевагами і конкурентоспроможністю. Підходи вчених до визначення конкурентної переваги підприємства. Класифікація видів конкурентних переваг підприємства за джерелами їх виникнення і прояву. Визначення внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг підприємства. Основні властивості конкурентних переваг підприємства. Сутність процесів формування і розвитку конкурентних переваг підприємства. Формування системи конкурентних переваг підприємства. Використання конкурентної розвідки для вивчення конкурентних переваг підприємств.

Тема 2. Технологія конкурентної розвідки

2.1. Обрання цілей та напрямів конкурентної розвідки.

Визначення проблем, для розв'язання яких необхідно використовувати засоби конкурентної розвідки. Встановлення цілей конкурентної розвідки відповідно визначених проблем. Обрання напрямів дії конкурентної розвідки: відстеження новин, робота із соціальними мережами, робота на виставках та презентаціях, робота з суб'єктами-носіями інформації,

робота з контрагентами, робота із внутрішнім середовищем підприємства, аналіз патентної інформації.

2.2. Визначення інформаційних джерел конкурентної розвідки та методи роботи з ними.

Первинні і вторинні джерела інформації. Неявна і неповна інформація, непряма інформація, чутки, дезінформація. Загальні вимоги до роботи з інформацією та її джерелами. Організація роботи з інформацією. Визначення цільової інформації. Класифікація отриманої інформації. Ранжування джерел інформації за корисністю для досягнення визначених цілей.

Використання евристичних методів, аналогії та порівняння в конкурентній розвідці. Аналіз відкритих документів конкурента. Аналіз текстів. Аналіз виступів та заяв керівництва конкурента. Аналіз працівників конкурента. Використання матричних методів аналізу. Порівняльний аналіз діяльності власного підприємства та конкурента. Аналіз вторинної та фрагментарної інформації.

2.3. Організація розвідувальної роботи на підприємстві.

Склад та завдання підрозділу конкурентної розвідки підприємства. Функції підрозділу конкурентної розвідки. Вимоги до робітників підрозділу конкурентної розвідки. Взаємодія підрозділу конкурентної розвідки з керівництвом підприємства. Взаємодія підрозділу конкурентної розвідки з відділом маркетингу. Взаємодія підрозділу конкурентної розвідки з іншими функціональними підрозділами підприємства. Формування інформаційної системи конкурентної розвідки.

2.4. Захисна функція конкурентної розвідки – контррозвідка.

Організація контррозвідки на підприємстві. Правові засади контррозвідки. Вимоги до працівників, що виконують функції контррозвідки. Організаційно-технічні засоби контррозвідки. Напрями роботи контррозвідки: захист носіїв інформації, охорона інтелектуальної власності і комерційної таємниці, викриття та перевербування агентів, дезінформування конкурентів. Приклади роботи контррозвідки.

Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства

3.1. Характеристика і структура середовища функціонування підприємства.

Сутність зовнішнього й внутрішнього середовищ підприємства. Структура макро-, мезо- та мікрорівнів підприємства. Основні фактори макросередовища підприємства, які регулюються з боку держави.

3.2. Оцінювання конкурентного середовища.

Фактори класичної моделі конкурентного середовища підприємства. Розподіл факторів зовнішнього середовища залежно від інформаційної ознаки. Особливості конкурентного середовища в умовах монополістичної конкуренції, олігополістичної конкуренції, чистої монополії. Оцінювання можливості появи нових конкурентів. Оцінювання загрози з боку товарів-замінників. Характеристика державної політики в області регулювання конкуренції.

Розкриття сутності і визначальних факторів інтенсивності конкуренції. Розподіл ринкової частки між конкурентами й інтенсивність конкуренції. Темпи зростання ринку й інтенсивність конкуренції. Рентабельність ринку й інтенсивність конкуренції. Концепції і моделі оцінювання ключових факторів зовнішнього середовища підприємства.

3.3. Аналіз клієнтів і контрагентів як функція конкурентної розвідки.

Збирання і оброблення інформації про клієнтів та контрагентів. Формування єдиної бази даних про клієнтів та контрагентів. Визначення намірів клієнтів та контрагентів. Визначення можливостей та характеру впливу споживачів і постачальників продукції на інтенсивність конкуренції. Розроблення заходів з протидії недружнім намірам клієнтів та контрагентів. Розроблення захисних заходів від непередбачуваних збоїв у роботі клієнтів та контрагентів.

3.4. Вивчення внутрішнього середовища методами конкурентної розвідки.

Налагодження дружніх зв'язків із працівниками підприємства. Формування сукупності "прихильників" та розповсюджувачів інформації. Формування внутрішньої мережі інформаторів. Формування бази даних внутрішньої інформації. Взаємодія з іншими підрозділами підприємства. Спостереження за співробітниками підприємства. Викриття шахрайства. Використання конкурентної розвідки для оцінювання благонадійності, задоволеності та лояльності персоналу.

Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів

4.1. Попередні процедури аналізу.

Пошук та збирання інформації про конкурентів. Принципи роботи з інформацією про конкурентів. Цикл збирання та оброблення інформації. Попередній аналіз інформації про конкурентів. Сутність процесу аналізу конкурентів. Загальна технологія аналізу конкурентів підприємства. Конкре-

тизація мети аналізу. Визначення географічних меж ринку, що аналізується. Вибір підприємств-конкурентів і їх попередня класифікація.

Загальна ділова інформація. Спеціальні інформаційні джерела про конкурентів. Міжнародні інформаційні ресурси. Дані спеціальних спостережень та агентурної мережі. Офіційні доступні джерела інформації про конкурентів. Джерела патентної інформації. Засоби масової інформації. Промислові виставки, семінари, симпозіуми. Бази даних. Інтернет. Формування інформаційної бази про конкурентів і організація доступу до неї.

4.2. Визначення цілей і намірів конкурентів.

Вивчення цільових установок щодо окремих виробничих та збутових підрозділів конкурента. Визначення значущості окремих сфер діяльності конкурента. Вивчення самооцінки діяльності підприємства-конкурента. Визначення намірів конкурента.

4.3. Аналіз ринкової частки конкурентів.

Методи розрахунку ринкової частки конкурентів: аудит роздрібною торгівлі, опитування споживачів на базі статистичної вибірки, метод частки, імовірнісний метод, метод експертних опитувань, витратний метод, дохідний метод, екстраполяція, методи безпосереднього обліку. Визначення впливу реалізації продукції на ринкову частку. Визначення меж розподілу ринкових долів конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку.

4.4. Аналіз прийомів і методів реалізації товарної політики конкурентів.

Визначення впливу на ринкову частку таких факторів: сегмента ринку асортиментно-цінової політики, переваг споживачів. Оцінювання пропорційності зростання виручки підприємства. Визначення відношення споживача до товарів конкурентів. Аналіз зовнішніх ознак появи нового товару конкурента. Зіставлення комерційних характеристик, особливостей позиціонування та моніторинг процесу реалізації товарів, що конкурують.

4.5. Аналіз організації збутової мережі та динаміки цін конкурентів.

Аналіз побудови збутової мережі. Порівняльний аналіз витрат руху товарів. Зіставлення засобів стимулювання реалізації продукції, що використовуються.

Методи і прийоми визначення майбутньої динаміки цін конкурентів. Визначення впливу еластичності попиту на динаміку цін. Дослідження взаємовпливу цінової політики конкурентів. Напрями можливої цінової дискримінації з боку конкурентів. Визначення впливу доходів споживачів на зміну цін. Контроль динаміки цін на товари конкурентів.

4.6. Оцінювання фінансової стабільності конкурентів.

Визначення та інтерпретація показників платоспроможності, фінансової стійкості та рентабельності підприємств-конкурентів.

Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції

5.1. Основні напрями формування стратегії конкуренції.

Визначення стратегії конкуренції, види стратегій конкуренції. Стратегії конкуренції та конкурентні переваги підприємства. Умови та наслідки реалізації стратегій: зниження собівартості продукції, диференціації продукції, сегментування ринку, впровадження нововведень, негайного реагування на потреби ринку.

5.2. Аналіз стратегічних альтернатив під час розроблення стратегії конкуренції.

Напрями аналізу стратегій конкуренції: оцінювання реакції на можливості; визначення та оцінювання загроз зовнішнього середовища; оцінювання конкурентних переваг підприємства; аналіз узгодженості з іншими стратегіями підприємства; відповідність стратегічним, фінансовим цілям і обмеженням.

Розроблення та аналіз сценаріїв розвитку конкурентного середовища, аналіз портфеля замовлень, аналіз життєвого циклу продукції, експертне оцінювання обраних прийнятних стратегій конкуренції.

Формалізація стратегій конкуренції підприємства. Розроблення і погодженість стратегій конкуренції на підприємстві. Конкретизація стратегії підприємства залежно від його конкурентного статусу. Реалізація стратегії конкуренції. Контроль реалізації стратегії конкуренції. Оцінювання результатів реалізації стратегії конкуренції. Обґрунтування корегувань до стратегії конкуренції.

5.3. Оцінювання впливу реклами на досягнення цілей стратегії конкуренції підприємства.

Визначення сутності реклами як ефективного інструмента нецінової конкуренції залежно від стану конкурентного середовища підприємства, конкурентного статусу рекламодавця, особливостей продукції, що виробляється, та інших ринкових факторів. Класифікація витрат на рекламу. Аналіз витрат, що спрямовуються на рекламні цілі підприємства. Оцінювання ефективності реклами та її впливу на реалізацію стратегії конкуренції підприємства.

Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства

6.1. Принципові основи управління конкурентними перевагами підприємства.

Управління конкурентними перевагами як важлива складова системи управління підприємства. Об'єкт і суб'єкт управління конкурентними перевагами підприємства. Система основних принципів і положення управління конкурентними перевагами підприємства.

6.2. Методика комплексного дослідження конкурентних переваг підприємства.

Аналіз зовнішніх факторів формування і розвитку конкурентних переваг підприємства. Передумови формування унікальних конкурентних переваг підприємства на мезорівні. Дослідження внутрішнього середовища підприємства як потенціалу для створення, збереження і розвитку своїх конкурентних переваг. Аналіз факторів внутрішнього середовища підприємства. Класифікація внутрішніх факторів конкурентних переваг підприємств. Ключові фактори формування конкурентних переваг національних промислових підприємств. Методичні рекомендації щодо аналізу й оцінювання процесів формування і розвитку конкурентних переваг підприємства.

6.3. Оцінювання процесів формування і розвитку внутрішніх конкурентних переваг підприємства.

Технологія оцінювання процесів формування і розвитку конкурентних переваг функціональних сфер діяльності підприємства. Методи побудови агрегованих, інтегральних чи узагальнювальних, синтетичних показників. Методи вибору еталону та його обґрунтування.

6.4. Система управління конкурентними перевагами підприємства.

Формування системи управління конкурентними перевагами підприємства, її функції. Сутність інтегрованої системи управління. Напрями інтеграції. Методи ефективної інтеграції діяльності підрозділів підприємства із забезпечення конкурентних переваг. Етапи побудови інтегрованої моделі управління конкурентними перевагами підприємства, її складові.

6.5. Можливості використання економіко-математичних методів в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства.

Виявлення факторів конкурентоспроможності підприємства за допомогою процедури факторного аналізу. Особливості побудови моделі факторного аналізу на основі підсистеми головних компонентів.

Використання лагових економіко-математичних моделей для оцінювання конкурентоспроможного потенціалу підприємства. Доцільність побудови лагових економіко-математичних моделей під час проведення конкурентного аналізу підприємства.

Визначення взаємозв'язку між конкурентною позицією і фінансовими результатами діяльності підприємства за допомогою регресійної множинної економіко-математичної моделі.

4. Структура навчальної дисципліни

Із самого початку вивчення навчальної дисципліни кожен студент має бути ознайомлений як з робочою програмою навчальної дисципліни і формами організації навчання, так і зі структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання сформованих професійних компетентностей.

Вивчення студентом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання навчальних модулів. **Навчальний модуль** – це окремий, відносно самостійний блок дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками. Тематичний план дисципліни складається з двох змістових модулів (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Структура залікового кредиту навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин										
	денна форма					заочна форма					
	усього	у тому числі				само- стійна робота	усього	у тому числі			
		лекційні	практичні	проведення підсумкового контролю	само- стійна робота			лекційні	практичні	проведення підсумкового контролю	само- стійна робота
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	24	4	4	–	16	24	4	4	–	16	

1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	22	4	4	–	14	22	4	4	–	14
Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	24	4	4	–	16	24	4	4	–	16
Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів	12	2	2	–	8	12	2	2	–	8
Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції	22	4	4	–	14	22	4	4	–	14
Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства	16	2	2	–	12	16	2	2	–	12
<i>Підготовка до екзамену</i>	26	–	–	–	26	26	–	–	–	26
<i>Передекзаменаційні консультації</i>	2	–	–	2	–	2	–	–	2	–
<i>Екзамен</i>	2	–	–	2	–	2	–	–	2	–
Усього годин	150	20	20	4	106	150	20	20	4	106

5. Теми та плани семінарських занять

Семінарське заняття – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких студенти готують тези виступів. На кожному семінарському занятті викладач оцінює підготовлені студентами доповіді та презентації з окреслених питань (табл. 5.1), їх виступи, активність у дискусії, вміння формулювати і відстоювати свою позицію тощо.

Плани семінарських занять

Тема заняття	Програмні питання	Кількість годин	Література
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	"Особливості розвитку теорії конкуренції та конкурентної розвідки": 1. Визначення предмета, об'єкта та необхідності проведення конкурентного аналізу та конкурентної розвідки. 2. З'ясування ролі конкурентного аналізу в управлінні підприємством. 3. Характерні особливості конкурентної розвідки та її вплив на фінансово-економічну безпеку підприємства. 4. Визначення категоріального апарату дисципліни	2	Основна: [4; 8]. Додаткова: [11; 13; 20; 27; 28; 31; 32; 33]
Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	"Здійснення конкурентної розвідки": 1. Обрання цілей та формулювання завдань конкурентної розвідки. 2. Пошук, отримання та методи оброблення інформації в процесі конкурентної розвідки. 3. Форми організації та здійснення конкурентної розвідки на підприємстві. 4. Значення роботи з формування бази даних конкурентної розвідки	1	Основна: [1 – 4; 8]. Додаткова: [9; 15; 19; 21; 27; 29; 30]
Усього годин		3	

6. Теми практичних занять

Практичне заняття – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно містить

проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Перелік тем практичних занять

Назви тем	Теми практичних занять	Кількість годин	Література
1	2	3	4
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	<i>Завдання 1.</i> Організація процесу конкурентної розвідки	1	Основна: [4; 8]. Додаткова: [11; 13; 20; 27; 28; 31; 32]
Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	<i>Завдання 2.</i> Організація роботи з інформацією в процесі конкурентної розвідки. Формулювання завдань та розподіл функцій конкурентної розвідки за виконавцями	4	Основна: [4; 8]. Додаткова: [11; 13; 20; 27; 28; 31; 32]
Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	<i>Завдання 3.</i> Характеристика та структура конкурентного середовища підприємства. Діагностика факторів конкурентного середовища	4	Основна: [1 – 4; 8]. Додаткова: [9; 15; 19; 21; 27; 29; 30]
Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів	<i>Завдання 4.</i> Побудова конкурентної карти ринку. Аналіз ринкової частки конкурентів; аналіз прийомів і методів реалізації товарної політики конкурентів	2	Основна: [4; 8]. Додаткова: [19; 21; 23; 26; 30]

1	2	3	4
Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції	Завдання 5. Вибір стратегії конкуренції	2	Основна: [4; 8]. Додаткова: [15; 16; 18; 27; 30; 32]
Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства	Завдання 6. Комплексне дослідження конкурентних переваг підприємства	2	Основна: [5 – 7]. Додаткова: [10; 12; 14; 17; 23; 26]
<i>Колоквіум</i>	Конкурентний аналіз та конкурентна розвідка в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства	2	Основна: [4;8]. Додаткова: [10; 11; 13; 16; 20; 21; 22; 24; 25; 26]
Разом годин		17	

6.1. Приклади типових практичних завдань за темами

Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства

1. Оцінити і проаналізувати вплив факторів макросередовища на діяльність компанії (табл. 6.2). Визначити ступінь узгодженості думок експертів.

Таблиця 6.2

Оцінювання ступеня впливу

Фактори	Експерти			
	Е1	Е2	Е3	Е4
1	2	3	4	5
1. Політичний				
Зміна законодавства	4	3	4	5
Зміна політичних партій	1	2	1	1
Можливість теракту	5	4	3	5

1	2	3	4	5
Рівень правової грамотності	1	4	2	1
2. Економічний				
Економічна ситуація в країні	4	2	1	3
Динаміка курсу валюти	3	2	4	3
Податкова політика	3	4	4	3
Рівень доходів населення	5	4	5	4
3. Природньо-географічний				
Кліматичні умови	5	5	5	4
Екологічне навколишнє середовище в країні	4	3	5	4
Природні катаклізми	4	5	3	5
Обмеженість природних ресурсів	2	1	4	5
4. Соціальний				
Темп зростання населення	4	5	5	4
Середня тривалість життя	3	3	5	4
Освіта	5	5	3	5
Культурний рівень населення	4	1	4	5
Усього				

Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів

1. Підприємство реалізує на ринку три види продукції (табл. 6.3). Провести аналіз кон'юнктури ринку продукції підприємства. Знайти ринкову частку підприємства за кожним видом продукції, коефіцієнти еластичності попиту, прибуток підприємства від реалізації кожного виду продукції. За результатами розрахунків зробити висновки.

Таблиця 6.3

Дані для розрахунку

Вид продукції	Характеристика продукції			Загальний обсяг продаж на ринку, тис. грн	Ринкова частка, %	Темп зростання, %	
	Собівартість, грн	Ціна, грн	Обсяг продаж, тис. шт			Ціни	Обсяги продажів
А	20	24	200	20 000		+10	-3
Б	25	29	150	50 000		+7	+5
В	10	12	50	10 000		+8	-7

Доходи покупців збільшилися на 3 %.

2. На ринку галузі присутні 20 підприємств. Обсяги реалізації підприємства 1 становлять 1,5 млн грн, 2 – 0,8 млн грн, 3 – 0,5 млн грн, 4 – 0,3 млн грн, 5 – 850 тис. грн, 6 – 550 тис. грн, 7 – 300 тис. грн., 8 – 50 тис. грн, 9 – 10 тис. грн. Інші підприємства галузі реалізують продукцію на суму 200 тис. грн.

Темп зростання ринку 75 %. Сукупний прибуток підприємств в галузі 600 тис. грн.

Визначити інтенсивність конкуренції в галузі, визначити тип ринку.

7. Самостійна робота студентів

Для успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни необхідним елементом є самостійна робота студентів із вітчизняною та закордонною спеціальною економічною літературою, періодичними виданнями, статистичними матеріалами, нормативними актами, проведення окремих розрахунків у табличному редакторі Excel та побудова економіко-математичних моделей в пакеті прикладних програм Statgraphics Plus 5.1 під час підготовки до практичних завдань.

Перелік питань для самостійного опрацювання подано в табл. 7.1.

Таблиця 7.1

Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Кількість годин	Форми контролю СРС	Література
1	2	3	4	5
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд законодавчої бази, огляд додаткової літератури з теми "Сучасний стан розвитку теорії конкуренції та конкурентних переваг, напрями сучасних досліджень науковців"	16	Презентація доповідей, опитування за питаннями для самостійного опрацювання, тестовий контроль	Основна: [4; 8]. Додаткова: [11; 13; 20; 27; 28; 31; 32; 33; 34]

Закінчення табл. 7.1

1	2	3	4	5
Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	Пошук, підбір та огляд літературних джерел. Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до <i>письмової контрольної роботи</i> , огляд теоретичного матеріалу з теми "Особливості технології конкурентної розвідки в Україні"	14	Опитування за лекційним матеріалом, письмова контрольна робота, захист практичних завдань	Основна: [1 – 4; 8]. Додаткова: [9; 15; 19; 21; 27; 29; 30]
Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, підготовка до колоквіуму	16	Тестовий контроль, опитування за лекційним матеріалом	Основна: [4; 8]. Додаткова: [19; 21; 23; 26; 30]
Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів	Пошук, підбір та огляд літературних джерел. Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до контрольної роботи	8	Письмова контрольна робота, перевірка практичних завдань	Основна: [4; 8]. Додаткова: [15; 16; 18; 27; 30; 32]
Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою. Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, підготовка до <i>колоквіуму</i>	14	Опитування за лекційним матеріалом, перевірка практичних завдань, колоквіум	Основна: [4;8]. Додаткова: [10; 11; 13; 16; 20; 21; 22; 24; 25; 26]
Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Вивчення додаткової літератури. Вирішення практичних завдань	12	Опитування за лекційним матеріалом, перевірка практичних завдань, опитування	Основна: [5 – 7]. Додаткова: [10; 12; 14; 17; 23; 26]
<i>Підготовка до екзамену</i>		28		Основна: [1 – 8]. Додаткова: [15; 16; 18; 27; 30; 32]
Усього		108		Усього

7.1. Контрольні запитання для самодіагностики

Контрольні запитання для самодіагностики наведені в табл. 7.2.

Таблиця 7.2

Контрольні запитання для самодіагностики

Назва теми	Контрольні запитання для самодіагностики
1	2
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	<ol style="list-style-type: none">1. Охарактеризуйте методичні підходи до визначення конкуренції.2. Наведіть законні методи збору інформації про конкурентів.3. Визначте фактори формування унікальних конкурентних переваг підприємства.4. Визначте особливості організації конкурентної розвідки на підприємстві.5. Обґрунтуйте необхідність дослідження факторів конкурентних переваг.6. Визначте фактори конкурентних переваг на макро- та мікрорівнях.7. Охарактеризуйте загальну схему забезпечення конкурентоспроможності підприємства.8. Охарактеризуйте види конкуренції, їх сутність та зміст.9. Розкрийте сутність моделей конкуренції
Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	<ol style="list-style-type: none">1. У чому полягає сутність встановлення цілей конкурентної розвідки?2. Назвіть загальні вимоги до роботи з інформацією та її джерелами3. Охарактеризуйте порівняльний аналіз діяльності власного підприємства та конкурента.4. Розкрийте склад та завдання підрозділу конкурентної розвідки підприємства
Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	<ol style="list-style-type: none">1. Подайте основні етапи технології аналізу діяльності конкурентів, їх зміст.2. Визначте зовнішні конкурентні переваги підприємства.3. Розкрийте особливості позиціонування товарів, що конкурують.4. Визначте методи позиції підприємства на ринку.5. Визначте фактори вибору географії ринку.6. Охарактеризуйте джерела збору і методи оброблення первинної й вторинної інформації про діяльність конкурентів.7. Побудуйте послідовність аналізу ринкової частки конкурентів.8. Розкрийте сутність аналізу товарної політики конкурентів.9. Визначте фактори, що впливають на динаміку цін конкурентів.10. Наведіть послідовність аналізу збутової мережі конкурентів.11. Наведіть показники оцінювання фінансової стабільності конкурентів, їх економічний зміст
Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів	<ol style="list-style-type: none">1. Яким чином здійснюється пошук та збирання інформації про конкурентів?2. Визначте цикл збирання та оброблення інформації про конкурентів.3. Яким чином здійснюється вибір підприємств-конкурентів та їх попередня класифікація?

1	2
	<p>4. Охарактеризуйте спеціальні інформаційні джерела про конкурентів.</p> <p>5. Охарактеризуйте способи визначення намірів конкурента.</p> <p>6. Охарактеризуйте методи розрахунку ринкової частки конкурентів.</p> <p>7. Яким чином здійснюється аналіз зовнішніх ознак появи нового товару конкурента?</p> <p>8. Яким чином здійснюється дослідження цінової політики конкурентів?</p>
<p>Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції</p>	<p>1. Охарактеризуйте базові стратегії конкуренції, їх сутність та зміст.</p> <p>2. Визначте особливості реалізації базових стратегій конкуренції.</p> <p>3. Визначте заходи підприємства щодо впровадження конкурентної стратегії.</p> <p>4. Охарактеризуйте напрями комплексного застосування переваг базових стратегій конкуренції.</p> <p>5. Назвіть заходи підприємства, спрямовані на підвищення свого конкурентного статусу.</p> <p>6. Визначте способи врахування динаміки ринку під час формування конкурентної стратегії підприємства.</p> <p>7. Які існують групи витрат на рекламу підприємства?</p> <p>8. Перелічіть методи розрахунку коштів на рекламу залежно від стратегії конкуренції підприємства</p>
<p>Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства</p>	<p>1. Охарактеризуйте напрями державної політики, що спрямована на створення, підтримку і розвиток конкурентоспроможності підприємства.</p> <p>2. Визначте зовнішні фактори формування і розвитку конкурентних переваг підприємства.</p> <p>3. Охарактеризуйте сутність процесу формування і розвитку конкурентних переваг підприємства.</p> <p>4. Охарактеризуйте систему принципів управління конкурентними перевагами підприємства.</p> <p>5. Визначте сутність оцінювання процесу формування і розвитку конкурентних переваг підприємства.</p> <p>6. Визначте сутність та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства.</p> <p>7. Доведіть необхідність розроблення і впровадження інтегрованої моделі управління конкурентними перевагами підприємства.</p> <p>8. Розкрийте сутність методики оцінювання факторів конкурентоспроможності підприємства.</p> <p>9. У чому полягає оцінювання та аналіз процесів конкурентоспроможного потенціалу підприємства за допомогою лагових економіко-математичних моделей.</p> <p>10. Розкрийте сутність та особливості побудови моделі-індикатора зв'язку фінансових результатів діяльності підприємства та показників, що впливають на них</p>

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам: вивчення лекційного матеріалу; робота з опрацювання та вивчення рекомендованої літератури; вивчення основних термінів та понять з теми дисципліни; підготовка до семінарських (практичних) занять, дискусій, тестування; контрольна перевірка у кожного студента особистих знань за запитаннями самоконтролю.

8. Індивідуально-консультативна робота

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі: індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки завдань, що винесені на поточний контроль тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

1) за засвоєнням теоретичного матеріалу – консультації: індивідуальні (запитання – відповідь стосовно проблемних питань теоретичного матеріалу дисципліни); групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);

2) за засвоєнням практичного матеріалу – консультації індивідуальні (розгляд практичних завдань, стосовно яких виникли запитання) й групові (розгляд рольових ігор, які потребують колективного обговорення);

3) для комплексного оцінювання засвоєння програмного матеріалу індивідуальний захист самостійних та індивідуальних завдань; підготовки рефератів для виступу на науковому семінарі або на науковій конференції.

9. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни "Конкурентний аналіз та конкурентна розвідка" для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій: проблемних лекцій, семінарських занять, рольових ігор, дискусій презентацій, кейс-методів. Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; виробленні здатностей приймати

самостійні рішення; виробленні здібностей до колективних рішень; виробленні здібностей до соціальної інтеграції.

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за модулями й темами навчальної дисципліни наведено у табл. 9.1.

Таблиця 9.1

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни

Назва теми	Практичне застосування навчальних технологій
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	Семінар-дискусія щодо визначення категоріального апарату дисципліни, змісту та сутності основних понять. Презентації-довіді за тематикою семінарського заняття
Тема 2. Аналіз конкурентного середовища підприємства	Кейс-метод визначення оптимальної ціни реалізації продукції підприємства в умовах конкуренції. Семінар-дискусія щодо визначення ринкової частки конкурентів та інтенсивності конкуренції в галузі
Тема 3. Аналіз діяльності конкурентів	Робота в малих групах щодо виявлення реальних і потенційних конкурентів та побудови конкурентної карти ринку. Проблемна лекція щодо проведення аналізу конкурентного середовища і діяльності конкурентів конкретного підприємства
Тема 4. Аналітичне забезпечення стратегій конкуренції	Міні-лекція стосовно досвіду реалізації конкурентних стратегій провідними компаніями світу
Тема 5. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства	Мозкова атака щодо вирішення проблем оцінювання рівня конкурентоспроможності національної економіки в цілому та промислових підприємств зокрема, визначення унікальних конкурентних переваг національних підприємств різних галузей
Тема 6. Аналітичний інструментарій управління конкурентоспроможністю підприємства	Семінар-дискусія щодо можливостей використання табличного редактора <i>Microsoft Excel</i> під час проведення конкурентного аналізу. Використання методу Дельфі для розроблення та прийняття управлінських рішень за результатами моделювання конкурентного потенціалу підприємства

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання,

але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень; формуванні здатності до соціальної інтеграції; розвитку здатності до знаходження компромісів.

Лекції проблемного характеру – один із найважливіших елементів проблемного навчання студентів. Вони передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені в науці й мають актуальне значення для теорії та практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається. Вони сприяють формуванню у студентів самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Студенти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Вони проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. Міні-лекції відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю. Зазвичай міні-лекції тривають не більше 10 – 15 хвилин і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до всіх слухачів. Міні-лекції часто застосовуються як частини цілісної теми, яку бажано викладати повноформатною лекцією, щоб не втомлювати аудиторію. Тоді інформація надається по черзі кількома окремими сегментами, між якими застосовуються інші форми й методи навчання.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх.

Робота в малих групах дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Мозкові атаки – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи звіту про виконання індивідуальних завдань, проектних робіт. Презентації можуть бути як індивідуальними, наприклад виступ одного слухача, так і колективними, тобто виступи двох та більше слухачів.

Метод Дельфі використовується з метою досягнення консенсусу в експертних оцінках і передбачає надання можливості висловити свої думки групі експертів, що працюють індивідуально в різних місцях. Під час вибору управлінського рішення за цим методом академічну групу розподіляють, наприклад, на п'ять малих груп. Чотири групи є робочими, вони розробляють і ухвалюють управлінське рішення, а п'ята група є експертною. Аналіз та варіанти управлінських рішень робочих груп усереднюються цією групою. Експертна група може бути розподілена за спеціалізаціями.

Комп'ютерна симуляція (гра) – це метод навчання, що спирається на використання спеціальних комп'ютерних програм, за допомогою яких можливе віртуальне моделювання бізнес-процесу. Студенти можуть змінювати параметри й дані, приймати рішення та аналізувати наслідки таких рішень. Метою використання даного методу є розвиток системного мислення студентів, їх здібностей до планування, формування вмінь розпізнавати й аналізувати проблеми, порівнювати й оцінювати альтернативи, приймати оптимальні рішення й діяти в умовах обмеженого часу.

Метод сценаріїв полягає в розробленні ймовірних моделей поведінки та розвитку конкретних явищ у перспективі.

Банки візуального супроводу сприяють активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни за допомогою наочності.

10. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи містять:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів;

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля.

Поточний контроль з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

активна робота на лекційних заняттях;

активна участь у виконанні практичних завдань під час аудиторної роботи;

активна участь у дискусії та презентації матеріалу на семінарських заняттях;

перевірка есе за заданою тематикою;

проведення поточного тестування;

проведення письмової контрольної роботи;

експрес-опитування за лекційним матеріалом під час проведення лекцій.

Модульний контроль з даної навчальної дисципліни проводиться у формі колоквиуму. *Колоквиум* – це форма перевірки й оцінювання знань студентів у системі освіти у вищих навчальних закладах. Проводиться як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.

Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за накопичувальною 100-бальною системою за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою під час розгляду виробничих ситуацій, розв'язання задач, проведення розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;

арифметична правильність виконання індивідуального та комплексного розрахункового завдання.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. У процесі оцінювання індивідуальних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та оброблення, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Критеріями оцінювання есе є: здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання; застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладення міркувань; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи.

Порядок підсумкового контролю з навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Завданням екзамену є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. В умовах реалізації компетентнісного підходу екзамен оцінює рівень засвоєння студентом компетентностей, що передбачені кваліфікаційними вимогами. Кожен екзаменаційний білет складається з 5 практичних ситуацій, які

передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Екзаменаційний білет містить два стереотипних, два діагностичних та одне евристичне завдання, які оцінюються відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Студент, який із поважних причин, підтверджених документально, не мав можливості брати участь у формах поточного контролю, тобто не склав змістовий модуль, має право на його відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання за розпорядженням декана факультету відповідно до встановленого терміну.

Студент **не може бути допущений** до складання екзамену, якщо кількість балів, одержаних за результатами перевірки успішності під час поточного та модульного контролю відповідно до змістового модуля впродовж семестру, в сумі не досягла 35 балів. Після екзаменаційної сесії декан факультету видає розпорядження про ліквідацію академічної заборгованості. У встановлений термін студент добирає залікові бали.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі **екзаменаційної "Відомості обліку успішності"**.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: **"60 і більше балів – зараховано"**, **"59 і менше балів – не зараховано"** та заноситься у **залікову "Відомість обліку успішності"** навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений деканом факультету термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру. У випадку повторного отримання менше 60 балів декан факультету призначає комісію у складі трьох викладачів

на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін перескладання заліку, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства: "зараховано" – студент продовжує навчання за графіком навчального процесу, а якщо "не зараховано", тоді декан факультету пропонує студенту повторне вивчення навчальної дисципліни протягом наступного навчального періоду самостійно.

Зразок екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Освітній ступінь: магістр. Галузь знань: 1801 "Специфічні категорії"

Спеціальність: 8.18010014 "Управління фінансово-економічною безпекою"

Навчальна дисципліна: "Конкурентний аналіз та конкурентна розвідка"

Екзаменаційний білет 1

1. Необхідно дати ґрунтовні та лаконічні відповіді на питання:

✓ Подати загальну схему здійснення конкурентної розвідки.

✓ Навести основні етапи, сутність та зміст факторного аналізу ринкової частки підприємства.

2. Узгодити визначення з термінами, проставляючи біля них відповідні літери у табл. 10.1.

А. Конкурентоспроможність товару.

Б. Конкуренція.

В. Чиста монополія.

Г. Досконала конкуренція.

Таблиця 10.1

Проставити літери

Термін	Літера
1. Дуже велика кількість підприємств, що реалізують стандартизовану продукцію, контроль над ціною відсутній, дуже еластичний попит, нецінові методи конкуренції не практикуються, відсутні перепони для організації бізнесу	
2. Наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його	
3. Одне підприємство, яке випускає унікальну продукцію, що має ефективних замінників; контроль над цінами значний; попит нееластичний; вхід у галузь для інших підприємств заблокований	
4. Критерій доцільності виходу підприємства на товарний ринок, що становить собою суму характеристик товару, орієнтованих на задоволення споживчого попиту	

3. Визначити зміну ринкової частки підприємства за рахунок зміни обсягу продукції в різних сегментах ринку, зробити висновки. Вихідні дані наведено в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

Вихідні дані

Показники	2010 рік	2011 рік
Обсяг реалізованої продукції підприємства, за сегментами ринку, тис. грн:		
1 сегмент	17	25
2 сегмент	25	24
3 сегмент	12	25
4 сегмент	14	20
Обсяг реалізованої продукції конкурентами на ринку	180	300

4. Провести аналіз і оцінювання конкурентоспроможності нових моделей продукції, які плануються до виробництва і пробних продажів. В якості базового примірника використовується модель, що продається на ринку. Технічні параметри вказаних моделей були оцінені експертами за десятибальною шкалою. Зробити висновки щодо рівня конкурентоспроможності виробів та подальших перспектив впровадження на ринок. Вихідні дані наведено в табл. 10.3.

Таблиця 10.3

Вихідні дані

Показник	Модель, яка оцінюється		Базовий примірник	q1	q2	a _i	Q1	Q1
	1	2						
Технічні параметри:								
потужність	5	4	7			0,5		
кількість програм	5	5	5			0,3		
дизайн	6	5,5	7			0,2		
Усього								
Економічні параметри:								
цінова привабливість	6	5	7			0,6		
рівень експлуатаційних витрат	4	3	5			0,3		
наявність придбання додаткових гарантій	5	6	6			0,1		

5. Сформувати та обґрунтувати систему показників (4 або 5 показників за кожною сферою), що описує фінансово-інвестиційну та інноваційну сфери діяльності підприємства. Які прийоми і методи використовується для їх оцінювання і аналізу. Вихідні дані наведено в табл. 10.4.

Таблиця 10.4

Вихідні дані

Показники	2010 рік	Показники	2011 рік
Чистий дохід від реалізації	97 033,9	Оборотні активи	28 102,4
Валюта балансу	50 335,8	Витрати майбутніх періодів	19,5
Чистий прибуток	1 310,8	Власний капітал	19 650,1
Собівартість продукції	83 946,5	Поточні зобов'язання	30 685,7
Вартість сировини і матеріалів	72 292,2	Доходи майбутніх періодів	0
Вартість ОВФ	6 268,3	Чисельність робітників	627
Витрати на маркетинг і збут	4 166,7	Поточні фінансові інвестиції і грошові кошти	688,1
Готова продукція	1 457,8	Зношування основних засобів	2 226,7
Оборотний капітал	21 157,4	–	–
Дебіторська заборгованість	5 404	–	–

Затверджено на засіданні
кафедри економічного аналізу ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Протокол № ___ від "___" _____ 20___ р.

Зав. кафедри _____ Екзаменатор _____
(підпис) (підпис)

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Завдання в екзаменаційному білеті розміщені за ступенем складності.

Завдання 1 (стереотипне). Максимальний бал – 6 балів (по 3 бали за кожну правильну відповідь). Завдання надане для перевірки знань термінології з дисципліни.

Оцінка 3 бали – навчальний матеріал засвоєно в повному обсязі, студент дає теоретично правильні відповіді, точно формує думку, послідовно викладає матеріал, але мають місце окремі помилки.

Оцінка 2 бали – студент володіє знаннями, мають місце суттєві неточності, помилки.

Оцінка 1 бал – студент володіє неглибокими знаннями, багато суттєвих неточностей, помилок.

Оцінка 0 балів – завдання не виконано.

Завдання 2 (стереотипне). Максимальна оцінка – 6 балів (по 1,5 бали за кожну правильну відповідь). Завдання спрямоване на перевірку теоретичних знань з дисципліни, вміння систематизувати та логічно подавати інформацію.

Завдання 3, 4 (діагностичні). Максимальна оцінка – 8 балів за кожне. Завдання надані для перевірки щодо:

володіння методами та прийомами конкурентного аналізу, навичок проведення розрахунку показників, вміння інтерпретувати результати розрахунків.

Оцінка 7 – 8 балів – завдання виконано правильно, зроблені відповідні висновки за основними проблемами функціонування підприємства.

Оцінка 5 – 6 балів – завдання виконано правильно, але зроблені помилки у висновках або висновки неповні.

Оцінка 3 – 4 бали – завдання виконано за правильною послідовністю з математичними помилками, висновки логічні та ґрунтовні.

Оцінка 1 – 2 бали – завдання виконано за правильною послідовністю з математичними помилками, зроблені помилки у висновках або висновки неповні.

Оцінка 0 балів – завдання не виконано.

Завдання 5 (евристичне). Максимальна оцінка – 12 балів. Завдання спрямоване на перевірку знань, умінь та навичок щодо аналізу й оцінювання конкурентоспроможності підприємства, вміння робити обґрунтовані висновки та формувати систему показників.

Оцінка 10 – 12 балів ставиться, коли завдання вирішено правильно. Студент показав володіння системними знаннями навчального матеріалу, ефективно їх застосовує для виконання евристичного завдання. Відповідь повна, ґрунтовна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення. Студент проявив уміння аналізувати інформацію, виконувати необхідні розрахунки.

Оцінка 7 – 9 балів ставиться, коли завдання вирішено правильно. Студент у змозі самостійно відтворювати основний навчальний матеріал та використовувати його під час виконання евристичних завдань, визначати основні поняття, аналізувати наведені дані, робити висновки. Від-

повідь у цілому правильна, логічна та достатньо обґрунтована, але допущені несуттєві помилки.

Оцінка 4 – 6 балів – евристичне завдання вирішено частково або повністю без належних обґрунтованих висновків. Студент розкриває суть основних положень навчального матеріалу та застосовує їх під час виконання завдання в типових умовах. Але у процесі надання відповіді припускаються помилки або формулюються помилкові висновки.

Оцінка 1 – 3 бали виставляються у разі, коли студент використовує окремі елементи аналізу інформації, припускається помилок. Висновок сформульовано нечітко, або він взагалі відсутній. Оформлення не охайне.

Оцінка 0 балів – завдання не виконано.

11. Розподіл балів, які отримують студенти

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей студентів денної форми навчання наведена в табл. 11.1.

Таблиця 11.1

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей

Компетентності	Тиждень	Години	Форми навчання		Рівень сформованості компетентностей		
					Форми контролю	Макс. бал	
1	2	3	4		5	6	
Обґрунтовувати заходи з конкурентної розвідки підприємства	1	Ауд.	2	Лекція	Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	Робота на лекції	
			2	Семінарське заняття	Семінарське заняття на тему "Особливості розвитку теорії конкуренції та конкурентної розвідки"	Активна участь у дискусії	1
		4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд законодавчої бази, вивчення додаткової літератури	Перевірка домашніх завдань		
	2	СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	

1	2	3	4		5	6		
	3	Ауд.	2	Лекція	Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки	Робота на лекції		
			2	Практичне та семінарське заняття	Завдання 1. Організація процесу конкурентної розвідки. Семінарське заняття на тему: "Технологія здійснення конкурентної розвідки"	Активна участь у виконанні практичних завдань, тестовий контроль	6	
		4	СРС	4	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	3
	4	СРС	4	4	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою, підготовка до практичних занять	Перевірка домашніх завдань	
Здійснювати визначення позитивних або негативних можливостей, що можуть з'явитися в результаті активізації дій конкурентів	5	Ауд.	2	Лекція	Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	Робота на лекції		
			2	Практичне заняття	Завдання 2.1. Організація роботи з інформацією в процесі конкурентної розвідки	Активна участь у виконанні практичних завдань, поточна КР	6	
		4	СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, огляд законодавчої бази, вивчення додаткової літератури, підготовка до КР	Перевірка домашніх завдань	
	6	СРС	4	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	
	7	Ауд.	2	Лекція	Тема 2. Технологія конкурентної розвідки	Робота на лекції		
			2	Практичне заняття	Завдання 2.2. Формулювання завдань та розподіл функцій конкурентної розвідки за виконавцями	Активна участь у виконанні практичних завдань	1	
		СРС	4	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	3

1	2	3		4		5	6
	8	СРС	2	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вивчення додаткової літератури	Перевірка домашніх завдань	
Здійснювати обґрунтований вибір методів аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища	9	Ауд.	2	Лекція	Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	Робота на лекції	
			2	Практичне заняття	Завдання 3.1. Характеристика та структура конкурентного середовища підприємства	Активна участь у виконанні практичних завдань	1
		СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вивчення додаткової літератури	Перевірка домашніх завдань	4
	10	СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вивчення додаткової літератури	Перевірка домашніх завдань	
	11	Ауд.	2	Лекція	Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	Робота на лекції	
			2	Практичне заняття	Завдання 3.2. Діагностика факторів конкурентного середовища	Активна участь у виконанні практичних завдань, тестовий контроль	6
		СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вирішення практичних завдань, вивчення додаткової літератури	Перевірка домашніх завдань	4
	12	СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, огляд законодавчої бази, вивчення додаткової літератури	Перевірка домашніх завдань	
	13	Ауд.	2	Лекція	Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів	Робота на лекції	
			2	Практичне заняття	Завдання 4. Побудова конкурентної мапи ринку	Активна участь у виконанні практичних завдань, поточна КР	6

1	2	3	4		5	6	
Здійснювати визначення позитивних або негативних можливостей, що можуть з'явитися в результаті активізації дій конкурентів		CPC	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вирішення практичних завдань, вивчення додаткової літератури, підготовка до КР	Перевірка домашніх завдань	
	14	CPC	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	
Обґрунтовувати рекомендації, щодо розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства	15	Ауд.	2	Лекція	Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції	Робота на лекції	
			2	Практичне заняття	Завдання 5. Вибір стратегії конкуренції	Активна участь у виконанні практичних завдань	1
		CPC	6	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять	Перевірка домашніх завдань	3
	16	Ауд.	2	Лекція	Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції	Робота на лекції	
			2	Практичне заняття	Колоквіум	Підсумкова контрольна робота	10
		CPC	8	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	

1	2	3	4		5	6	
Виявляти фактори впливу на основні економічні показники діяльності підприємства і його конкурентні переваги	17	Ауд.	2	Лекція	Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства	Робота на лекції	
			2	Практичне заняття	Завдання 6. Комплексне дослідження конкурентних переваг підприємства	Активна участь у виконанні практичних завдань	1
		СРС	12	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять, вивчення додаткової літератури, вирішення практичних завдань	Перевірка домашніх завдань	4
	Сесія	Ауд.	2	Перед-екзам. консультац.	Вирішення практичних завдань на різні теми, що входять до підсумкового контролю	Підсумковий контроль	40
			2	Екзамен	Виконання завдань екзаменаційного білета		
		СРС	26	Підготовка до екзамену	Повторення матеріалів змістовних модулів		
Всього годин		150	Загальна максимальна кількість балів з дисципліни			100	
						з них	
						поточний контроль:	60,00
						підсумковий контроль:	40,00

Розподіл балів у межах тем змістових модулів наведено в табл. 11.2.

Таблиця 11.2

Розподіл балів за темами

Поточне тестування та самостійна робота						Підсумковий тест (екзамен)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6		
10	10	15	6	4	5	40	100
Колоквіум							
10							

Примітка. T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Максимальну кількість балів, яку може накопичити студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 11.3.

Таблиця 11.3

Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля		Лекції	Практичні	ДЗ	Тестування	Поточні КР	Колоквіум	Σ
1		2	3	4	5	6	7	8
Тема 1	1 тиждень		1					1
	2 тиждень							
Тема 1	3 тиждень		1	3	5			9
	4 тиждень							
Тема 2	5 тиждень		1			5		6
	6 тиждень							
Тема 2	7 тиждень		1	3				4
	8 тиждень							
Тема 3	9 тиждень		1	4				5
	10 тиждень							
Тема 3	11 тиждень		1	4	5			9

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	12 тиждень							
Тема 4	13 тиждень		1			5		6
	14 тиждень							
Тема 5	15 тиждень		1	3				4
Тема 5	16 тиждень		1				10	11
Тема 6	17 тиждень		1	4				5
Σ			9	21	10	10	10	60

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ (табл. 11.4). Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

Таблиця 11.4

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

12. Рекомендована література

12.1. Основна

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Єгоршин О. О. Методи багатовимірного статистичного аналізу : навчальний посібник / О. О. Єгоршин, А. М. Зосімов, В. С. Пономаренко. – К. : ІЗМН, 1998. – 208 с.
3. Клебанова Т. С. Методы прогнозирования : учебное пособие / Т. С. Клебанова, В. В. Иванов, Н. А. Дубровина. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2002. – 372 с.
4. Куліков П. М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства / П. М. Куліков, Г. А. Іващенко. – Х. : ІД "ИНЖЭК", 2009. – 152 с.
5. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства : наукове видання / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.

12.2. Додаткова

6. Азаренков Г. Ф. Економічний аналіз : навчальний посібник. Ч. 2 / Г. Ф. Азаренков, З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко – Х. : Вид. ХДЕУ, 2003. – 208 с.
7. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азов, А. П. Челенков. – М. : ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с.
8. Боровиков В. STATISTICA. Искусство анализа данных на компьютере: для профессионалов / В. Боровиков. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2003 – 688 с.
9. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия : монография / В. Л. Дикань. – Х. : Основа, 1995.– 160 с.
10. Єгоршин А. А. Корреляционно-регрессионный анализ. Курс лекций и лабораторных работ : учеб. пособ. для вузов А. А. Єгоршин, Л. М. Малярец. – Харьков: Основа, 1998. – 208 с.
11. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монография / Ю. Б. Иванов. – Х. : РИО ХГЭУ, 1997. – 248 с.
12. Качалина Л. Н. Конкурентоспособный менеджмент / Л. Н. Качалина. – М. : Изд. "МАМИ", 2002. – 396 с.

13. Клебанова Т. С. Эконометрия на персональном компьютере : учебное пособие. Ч. 1. / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина. – Х. : Изд. ХГЭУ, 1999. – 140 с.
14. Кныш М. И. Конкурентные стратеги : учеб. пособ. / М. И. Кныш. – СПб. : [б. и]. , 2000. – 284 с.
15. Конкурентная диагностика фирмы: концепция, содержание, методы : монография / Л. С. Шевченко, В. И. Торкатюк, Н. А. Кизим, и др. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2008. – 240 с.
16. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н. Н. Лепа ; НАН Украины ; Институт экономики промышленности. – Донецк : ООО "Юго-Восток, Лтд", 2003. – 296 с.
17. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт, 2001. – 224 с.
18. Мілевський С. В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств : наукове видання / С. В. Мілевський, О. В. Мілов. – Х. : Вид ХНЕУ, 2007. – 156 с.
19. Огієнко А. Д. Економетрія : конспект лекцій для студентів спец. 6.050100 "Облік і аудит" заочної форми навчання / А. Д. Огієнко, Г. А. Іващенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 80 с.
20. Огієнко А. Д. Економічний аналіз : конспект лекцій для студентів спец. 6.050100 "Оподаткування" усіх форм навчання / А. Д. Огієнко, Г. А. Іващенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 64 с.
21. Отенко І. П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства : наукове видання / І. П. Отенко, Л. М. Малярець, Г. А. Іващенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 208 с.
22. Петряєва З. Ф. Фінансовий аналіз діяльності підприємства. навчальний посібник / З. Ф. Петряєва. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2002.
23. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. с англ. А. Олійник, Р. Спільський. – К. : Основа, 1997. – 392 с.
24. Светуных С. Г. Конкуренция и предпринимательские решения / С. Г. Светуных, А. А. Литвинов. – Ульяновск : Изд-во "Корпорация технологий продвижения", 2000. – 256 с.
25. Симионова Н. Е. Методы анализа рынка : учеб. пособ. / Н. Е. Симионова. – М. : Экспертное бюро, 2000. – 128 с.
26. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр "Маркетинг ", 2002. – 892 с.

27. Хайек Ф. А. Познание, конкуренция и свобода / Ф. А. Хайек. – СПб. : Пневма, 1999. – 152 с.

28. Чернега О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / О. Б. Чернега. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1999. – 448 с.

29. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Х. : Изд. ХНАДУ, 2003. – 188 с.

30. Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособ. / под ред. А. П. Градова. – 3-е изд., испр. – СПб. : Спец-Лит, 2000. – 588 с.

31. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер. – М. : Лаборатория базовых знаний, 2005. – 541 с.

12.3. Інформаційні ресурси

32. Про антимонопольний кабінет України : Закон України № 3659-XII від 26.11.1993 р. зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

33. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України № 236/96-ВР від 07.06.1996 р. зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

34. Про захист економічної конкуренції : Закон України № 2210-III від 11.01.2001р. зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

35. Конституція України : Закон № 254к/96-ВР від 28.06.1996 р. зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

Додатки

Додаток А

Таблиця А.1

Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни "Конкурентний аналіз та конкурентна розвідка" за Національною рамкою кваліфікацій України

46

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Мінімальний досвід	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Розвиток теорії конкуренції та основи конкурентної розвідки					
Обґрунтувати заходи з конкурентної розвідки підприємства	Сутність понять безпека, економічна безпека, конкуренція. Основні вимоги до системи безпеки та конкурентної розвідки	Знання проблем конкурентного аналізу та конкурентної розвідки; умов та засобів протидії наростанню конкуренції	Ідентифікувати ключові проблеми конкурентної взаємодії	Ефективно формувати комунікації щодо розробки та реалізації заходів конкурентної розвідки	Відповідальність за точну ідентифікацію ключових проблем; розроблення та реалізацію відповідних рішень
Тема 2. Технологія конкурентної розвідки					
Визначати способи діагностики конкурентного середовища підприємства	Основні етапи та стадії діагностики конкурентного середовища. Характер та умови прийняття рішень	Знання технології прийняття рішень з діагностики конкурентного середовища, змісту основних моделей та засобів прийняття рішень	Проводити оцінку факторів зовнішнього середовища залежно від інформаційної ознаки; оцінювання конкурентного середовища в умовах монополістичної конкуренції, олігополістичної конкуренції, чистої монополії	Презентувати результати діагностики конкурентного середовища підприємства	Відповідальність за точність і коректність діагностики конкурентного середовища підприємства

1	2	3	4	5	6
Тема 3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства					
Здійснювати обґрунтований вибір методів аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища	Сутність поняття наміри конкурентів. Порядок збирання необхідної інформації	Знання цільових установок щодо окремих виробничих та збутових підрозділів конкурента, значущості окремих сфер діяльності конкурента, самооцінювання діяльності підприємства-конкурента, намірів конкурента	Ідентифікувати напрями можливої цінової дискримінації з боку конкурентів, динаміку цін на товари конкурентів	Ефективно формувати комунікаційну стратегію системи діагностики намірів конкурентів	Відповідальність за точну ідентифікацію ключових намірів конкурентів; розроблення та реалізацію рішень щодо їхньої ідентифікації
Тема 4. Аналіз діяльності конкурентів					
Здійснювати визначення позитивних або негативних можливостей, що можуть з'явитися в результаті активізації дій конкурентів	Сутність поняття стратегії конкуренції, види стратегій конкуренції. Сутність поняття позитивних або негативних можливостей	Знання процесу розроблення і реалізації стратегій конкуренції на підприємстві. Конкретизація стратегії підприємства залежно від його конкурентного статусу та позитивних або негативних можливостей	Ідентифікувати ключові позитивні або негативні можливості, що можуть з'явитися в результаті активізації дій конкурентів, обирати дієві засоби використання можливостей	Презентувати результати визначення позитивних або негативних можливостей	Відповідальність за точну ідентифікацію ключових позитивних або негативних можливостей, що з'являються в результаті активізації дій конкурентів
Тема 5. Аналітичне забезпечення формування та реалізації стратегій конкуренції					
Обґрунтовувати рекомендації, щодо розроблення та реалізації конкурентної стратегії підприємства	Сутність впливу конкурентів на підприємство, конкурентних переваг, основних принципів і положень управління конкурентними перевагами підприємства	Знання факторів внутрішнього середовища підприємства, внутрішніх факторів конкурентних переваг підприємств, методів побудови агрегованих, інтегральних чи узагальнюючих, синтетичних показників, методів визначення конкурентної позиції	Управляти конкурентними перевагами підприємства, обирати дієві засоби зміцнення конкурентної позиції підприємства	Презентувати результати оцінювання конкурентної позиції підприємства	Відповідальність за точну ідентифікацію конкурентної позиції підприємства

Закінчення додатка А

Закінчення табл. А.1

1	2	3	4	5	6
Тема 6. Оцінювально-аналітична складова системи управління конкурентними перевагами підприємства					
Виявляти фактори впливу на основні економічні показники діяльності підприємства і його конкурентні переваги, та активно використовувати цю інформацію в процесі управління	Сутність поняття управління конкурентоспроможністю підприємства	Знання методики створення головних компонент на основі редукції ознакового простору, особливості побудови моделі факторного аналізу на основі підсистеми головних компонент	Формувати систему показників для оцінювання та аналізу конкурентоспроможності підприємств та використовувати інструментарій її оцінювання, розробляти заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємства	Презентувати результати оцінювання конкурентоспроможності підприємства	Відповідальність за точне оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Зміст

Вступ.....	3
1. Опис навчальної дисципліни	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни	4
3. Програма навчальної дисципліни	8
4. Структура навчальної дисципліни.....	15
5. Теми та плани семінарських занять.....	16
6. Теми практичних занять	17
6.1. Приклади типових практичних завдань за темами	19
7. Самостійна робота студентів	21
7.1. Контрольні запитання для самодіагностики	23
8. Індивідуально-консультативна робота	25
9. Методи навчання	25
10. Методи контролю	28
11. Розподіл балів, які отримують студенти	36
12. Рекомендована література.....	43
12.1. Основна	43
12.2. Додаткова	43
12.3. Інформаційні ресурси	45
Додатки.....	46

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Робоча програма
навчальної дисципліни
"КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ
ТА КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА"**

**для студентів спеціальності
8.18010014 "Управління
фінансово-економічною безпекою"
всіх форм навчання**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач **КОТОВ** Антон Миколайович

Відповідальний за видання *І. П. Отенко*

Редактор *В. О. Бутенко*

Коректор *В. О. Бутенко*

План 2016 р. Поз. № 2 ЕВ. Обсяг 50 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*