



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ»
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у поглибленні теоретичних знань, оволодінні сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентними перевагами підприємств у сучасних умовах господарювання.

2. Основними завданнями вивчення дисципліни є: ознайомлення здобувачів вищої освіти з новітньою теорією та сучасною практикою управління конкурентними перевагами підприємства, що забезпечує його стабільне функціонування й розвиток; засвоєння слухачами теоретичних та практичних аспектів діагностики власної конкурентної позиції фірми на ринку; набуття студентами практичних навичок конкурентного аналізу та розробки конкурентної стратегії підприємства; формування умінь самостійної розробки та прийняття управлінських рішень щодо управління конкурентними перевагами підприємства.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність працювати в міжнародному контексті.
4. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
5. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
6. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
7. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
8. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
9. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
10. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії. Об'єктивна необхідність теоретичних знань та практичних навичок щодо управління конкурентними перевагами для майбутніх маркетологів обумовлена особливостями сучасного стану ринку, який характеризується постійною зміною зовнішнього попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності, підвищенням невизначеності та ринку. В цих умовах для забезпечення виживання підприємства фахівці повинні вміти кваліфіковано відстежувати ситуацію в конкурентному середовищі, адекватно оцінювати її та оперативно реагувати на всі зміни з метою збереження та укріплення конкурентних позицій підприємства на ринку.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Теоретичні основи конкурентних відносин та набуття підприємствами конкурентних переваг.
2. Конкурентні переваги підприємства.
3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.
4. Визначення та розвиток конкурентних позицій підприємства.
5. Діагностика діяльності основних конкурентів на ринку.
6. Стратегії реалізації основних конкурентних переваг підприємства.
7. Моделі конкурент-менеджменту провідних компаній ринку.