



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«ТЕОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ» -
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у засвоєнні теоретичних знань про теорію економічної конкуренції, комплексне вивчення економічної системи та закони її функціонування, формування навичок з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: цілі, завдання та особливості економічної конкуренції; особливості обрання раціональних шляхів втілення стратегічних змін та ведення конкурентної боротьби; види економічної конкуренції та стратегій підприємств; особливості використання інформаційних технологій в економічній конкуренції; основні економічні явища і процеси в державі; особливості утворення цін на послуги праці, капіталу, природних ресурсів відповідно до типу ринкової структури; методiku оцінки економічної конкурентоспроможності підприємницького бізнесу;

ВМІТИ: формувати власний погляд на маркетингову інформацію, критичне ставлення до неї та раціонально використовувати сучасні інформаційні технології; розробляти маркетингові програми та плани щодо підвищення економічної конкурентоспроможності підприємства; аналізувати основні економічні процеси та явища конкуренції; оцінювати результативність економічної конкуренції підприємства в умовах ринку; виділяти слабкі й сильні сторони підприємницької й управлінської діяльності.

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 інноваційної 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

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття теоретичних знань та практичних вмінь щодо аналізу економічної конкуренції та ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Теорія економічної конкуренції як наука.
2. Концепції економічної конкуренції. Ринкова економіка.
3. Основи саморегулювання ринкової економіки та конкурентних відносин.
4. Основні види та форми економічної конкуренції.
5. Ціноутворення в економічній конкуренції: цілі, фактори, ринкові механізми, стратегії.
6. Державне регулювання економічних процесів.
7. Інформаційні технології та сучасні інструменти в економічній конкуренції маркетингу.
8. Управління та основні показники результативності економічної конкуренції підприємства.