



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан

доц. А.В. Стасишин

(підпис)

“ ” _____ 2020 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Конкурентний моніторинг бізнесу
(назва навчальної дисципліни)

галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»

(шифр та найменування галузі знань)

спеціальність: 051 “Економіка”

(код та найменування спеціальності)

спеціалізація: Інформаційні технології в бізнесі

(найменування спеціалізації)

освітній ступінь: магістр

(бакалавр/магістр)

ЛЬВІВ 2021

Робоча програма навчальної дисципліни “Конкурентний моніторинг бізнесу” для студентів освітнього ступеня магістр.

“ ___ ” _____ 2021 року – 23 с.

Розробник: Старух А.І., доцент кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики, к.е.н.

Розглянуто та ухвалено на засіданні кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики
Протокол № 6 від “19” січня 2021 р.

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Шевчук І.Б.
(прізвище, ініціали)

Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами та бізнесу
Протокол № 6 від “19”січня 2021 р.

© Старух А.І., 2021 рік
© ЛНУ імені Івана Франка, 2021 рік

ЗМІСТ

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	10
6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ	11
7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ	12
7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять	12
7.2. Календарно-тематичний план лабораторних занять, заліків по модулях, контрольних робіт	13
7.3. Графік консультацій	14
8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	15
9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ	16
9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів	16
9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів	16
9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю	18
10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	19
11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ	19
12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	22
13. ЗМІНИ І ДОПОВНЕННЯ ДО РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ	23

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

В сучасних умовах глобалізації світової економіки та посилення тенденцій розвитку економічної конкуренції показник пошуку максимально оптимальних та ефективних методів ведення бізнесу постійно збільшується. Через це пошук та подальше виявлення найкращих управлінських рішень у різних сферах бізнесу, а також їхнє використання в особистій практиці – конкурентного моніторингу – стає все актуальнішим для успішного функціонування та розвитку підприємств на різних сегментах ринку, а також масово використовується у процесі розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства та його виходу на нові ринки як вітчизняного, так і міжнародного масштабів.

Все це є стійкою основою для поглибленого вивчення дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу», оскільки це є необхідністю сьогодення, особливо для контингенту фахівців з інформаційних технологій для бізнесу.

Предмет навчальної дисципліни

Предметом дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» є вивчення та опанування студентами основних понять, принципів та видів моніторингу, а також практичних засад використання конкурентного моніторингу для покращення бізнесу шляхом аналізу діяльності конкурентів та адаптації найкращих прикладів його організації.

Мета навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» – це допомогти студентам здійснювати порівняльний аналіз фірм-конкурентів, аналізувати їх «сильні» та «слабкі» сторони. На основі систематично викладених основних положень теорії бенчмаркінгу та конкурентного моніторингу в бізнесі, використовувати різноманітні онлайн-сервіси для виявлення конкурентів, проводити моніторинг та аналізувати їх діяльність на основі зібраної й систематизованої про них інформації зі соціальних медіа (блоги, соціальні мережі, форуми). Формування знань і навичок, необхідних для розв'язування задач з застосуванням персонального комп'ютера й сучасного програмною забезпечення. Сформувати теоретичні і практичні знання щодо методології проведення бенчмаркінгу, особливостей його застосування для вдосконалення та ефективного просування бізнесу в мережі Інтернет.

Основні завдання

Завданнями навчальної дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» є: вивчення основних положень, понять і категорій, що відносяться до функціонування конкурентного моніторингу; формування комплексу взаємопов'язаних компетенцій в сфері пошуку і впровадження передового досвіду в діяльність компанії; вивчення процесу безперервного вдосконалення діяльності організації; вивчення засад дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища організації, виявлення можливостей вдосконалення, а також виявлення інновацій для впровадження їх для забезпечення конкурентоспроможності компанії.

Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі

Дисципліна «Конкурентний моніторинг бізнесу» взаємопов'язана з такими дисциплінами як «Технології антикризового та інтелектуального управління бізнесом» та «Інструменти вимірювання і оцінювання соціально-економічних процесів».

Вимоги до знань і умінь

а) знати

- загальне поняття про конкурентного моніторингу;
- цілі і задачі конкурентного моніторингу;
- типи, види та процеси моніторингу;
- етапи проведення моніторингу;
- способи отримання інформації;
- особливості застосування бачмаркінга в різних країнах;
- вдосконалення та підвищення ефективності діяльності підприємств з використанням конкурентного моніторингу.

б) уміти

- чітко формулювати цілі та задачі, на основі наявної інформації;
- аналізувати бізнес-процеси;
- проводити аналіз конкурентного середовища;

- здійснювати планування та організацію основних етапів бенчмаркінга,
- розробляти маркетингову стратегію організації, планувати та здійснювати дії, направлені на її реалізацію;
- використовувати в практичній діяльності інформацію організації, отриману в результатах маркетингових досліджень та порівняльних аналізів кращих практик у менеджменті.

Опанування навчальною дисципліною повинно забезпечувати необхідний рівень сформованості вмінь:

Назва рівня сформованості вміння	Зміст критерію рівня сформованості вміння
1. Репродуктивний	Вміння відтворювати знання, передбачені даною програмою
2. Алгоритмічний	Вміння використовувати знання в практичній діяльності при розв'язуванні типових ситуацій
3. Творчий	Здійснювати евристичний пошук і використовувати знання для розв'язання нестандартних завдань та проблемних ситуацій

Програма складена на **3 кредити**.

Форми контролю – проміжний модульний контроль, залік.

2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “БЕНЧМАРКІНГ ТА КОНКУРЕНТНИЙ МОНІТОРИНГ БІЗНЕСУ”

Характеристика навчальної дисципліни							
Шифр та найменування галузі знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»				Цикл дисциплін за навчальним планом: Цикл дисциплін вільного вибору			
Код та назва спеціальності: 051 «Економіка» «Інформаційні технології в бізнесі»				Освітній ступінь: магістр			
Курс: _____ 1 _____ Семестр: _____ 2 _____				Методинавчання: Лекції, семінарські заняття, самостійна робота, робота в бібліотеці, Інтернеті тощо.			
Кількість кредитів ECTS	Кількість годин	Кількість аудиторних годин	Лекції	Семінари, практичні, лабораторні	Заліки по модулях/іспити (контрольні роботи)	Самостійна робота студента (СРС)	Індивідуальна робота студента (ІНДЗ)
3	90	32	16	14	2	58	-
Кількість тижневих годин		Кількість змістових модулів (тем)		Кількість заліків по модулях / контрольних робіт		Вид контролю	
2		7		1		ПКМ, залік	

3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер теми	Назва теми
Тема 1.	Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання.
Тема 2.	Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування.
Тема 3.	Ділова розвідка та промислове шпигунство як складові конкурентного моніторингу.
Тема 4.	Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу.
Тема 5.	Аналіз конкурентів в системі управління підприємством.
Тема 6.	Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності.
Тема 7.	Світовий досвід конкурентного моніторингу

4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання.

Основні визначення. Історія конкурентного моніторингу. Етапи проведення конкурентного моніторингу. Причини використання моніторингу конкурентів. Мета конкурентного аналізу. Основні завдання та принципи конкурентного моніторингу.

ТЕМА 2. Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування.

Об'єкти моніторингу конкурентів. Схема здійснення моніторингу. Технологічні аспекти проведення конкурентного моніторингу. Підходи бенчмаркінгу і конкурентного аналізу. Програми покращень результатів бізнесу.

ТЕМА 3. Ділова розвідка та промислове шпигунство як складові конкурентного моніторингу.

Ділова розвідка та відмінність її від промислового шпигунства.

Класифікація джерел інформації. Способи отримання інформації про конкурентів. Модель промислового шпигунства. Етапи і методи дослідження конкурентного середовища.

ТЕМА 4. Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу.

Поняття маркетингу та порівняння його з веб-маркетингом. Переваги використання веб-маркетингу. Для чого слід проводити моніторинг сайтів конкурентів. Що аналізувати в інтернеті для ефективного впровадження бенчмаркінгу. Сервіси для аналізу сайтів та інтернет-сторінок.

ТЕМА 5. Аналіз конкурентів в системі управління підприємством. Український досвід впровадження моніторингу конкурентів. Стратегічний аналіз конкурентів. SWOT-аналіз як основа формування конкурентоспроможності закладів. Концепція 4P.

ТЕМА 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності.

Поняття «конкурентоспроможність працівника». Фактори формування конкурентоспроможності персоналу. Командоутворення – управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу в процесі формування конкурентних переваг працівника. Показники які використовуються для оцінки в процесі HR-бенчмаркінга.

ТЕМА 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу

Практика застосування бенчмаркінгової політики.

Світові компанії які застосовують конкурентний моніторинг. Застосування конкурентного моніторингу українськими компаніями.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Федорчук Є.Н. Програмування систем штучного інтелекту. Експертні системи / Є.Н.Федорчук, Вид-во Львівської політехніки, 2012. - 168 с.
2. Сердюк В.А. Организация и технология защиты информации : обнаружение и предотвращение информационных атак в автоматизированных системах предприятий : учебное пособие / В. А. Сердюк ; Государственный университет - Высшая школа экономики .— Москва : ГУ ВШЭ, 2011 .— 573 с.

3. Введение в искусственный интеллект : учебное пособие для вузов / Л. Н. Ясницкий .— 3-е изд., стер .— Москва : Академия, 2010 .— 175 с.
4. Искусственный интеллект : методическое пособие / Л. Н. Ясницкий, Ф. М. Черепанов .— Москва : БИНОМ. Лаб. знаний, 2012 .— 216 с
5. Представление знаний в информационной системе. Методы искусственного интеллекта и представления знаний : учебное пособие для вузов / С. С. Сосинская .— Старый Оскол : ТНТ, 2011 .— 215 с.
6. Баклан І.В. Експертні системи. Курс лекцій /Навчальний посібник. - К.: НАУ, 2012. – 132с.

Додаткова:

1. Хандецький В.С. та інш. Нечіткалогіка. Рекомендовано МОН України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів, що навчаються за спеціальностями інформаційних напрямів. Дніпропетровськ, 2005, 230 с.
2. Нечеткие множества и нейронные сети : учебное пособие / Г. Э. Яхьяева ; Интернет-университет информационных технологий .— 2-е изд., испр .— Москва : ИНТУИТ : БИНОМ. Лаб. знаний, 2008 .— 315 с
3. Экспертные системы: Инструментальные средства разработки : учебное пособие для вузов / Л. А. Керов [и др.].— Санкт-Петербург : Политехника, 1996 .— 219 с.
4. Разработка экспертных систем. Среда CLIPS / А. П. Частиков, Т. А., Гаврилова, Д. Л. Белов .— Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2003.— 606 с.
5. Праскурин Г.А. Организационное обеспечение информационной безопасности: курс лекций. - Томск : Изд-во ТУ СУР, Ч. 2, 2005. - 180 с.

6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ

№ розділу, теми (змістові модулі)	Назва розділу, теми (змістового модуля)	Кількість годин за ОПП			Розподіл аудиторних годин		
		всього	у тому числі		лекції	семінарські	заліки по модулях, контрольні (контрольні роботи)
			аудиторні	СРС/ІР			
ЗАЛКОВИЙ МОДУЛЬ № 1							
Тема 1	Поняття конкурентного моніторингу: суть, зміст, цілі і завдання.	8	4	4/-	2	2	-
Тема 2	Механізм конкурентного моніторингу.	8	4	4/-	2	2	-
Тема 3	Ділова розвідка та промислове шпигунство.	8	4	4/-	2	2	-
Тема 4	Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу.	14	6	8/-	4	2	-
Тема 5	Аналіз конкурентів в системі управління підприємством.	8	4	4/-	2	2	-
Тема 6	Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність ді-сті.	12	4	4/4	2	2	
Тема 7	Світовий досвід конкурентного моніторингу	18	6	4/8	2	2	2
Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)		12	-	-/12	-	-	-
Разом годин		90	32	58	16	14	2

7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ

7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять

№ Заня- ття	Тема та короткий зміст заняття	Кількість годин
1	2	3
ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1		
ТЕМА 1. Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання.		2
1.	Основні визначення. Історія конкурентного моніторингу. Етапи проведення конкурентного моніторингу. Причини використання моніторингу конкурентів. Мета конкурентного аналізу. Основні завдання та принципи конкурентного моніторингу.	2
ТЕМА 2. Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування.		2
2.	Об'єкти моніторингу конкурентів. Схема здійснення моніторингу. Технологічні аспекти проведення конкурентного моніторингу. Підходи бенчмаркінгу і конкурентного аналізу. Програми покращень результатів бізнесу.	2
ТЕМА 3. Ділова розвідка та промислове шпигунство як складові конкурентного моніторингу.		2
3.	Ділова розвідка та відмінність її від промислового шпигунства. Класифікація джерел інформації. Способи отримання інформації про конкурентів. Модель промислового шпигунства. Етапи і методи дослідження конкурентного середовища.	2
ТЕМА 4. Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу.		4
4.	Поняття маркетингу та порівняння його з веб-маркетингом. Переваги використання веб-маркетингу. Для чого слід проводити моніторинг сайтів конкурентів. Що аналізувати в інтернеті для ефективного впровадження бенчмаркінгу. Сервіси для аналізу сайтів та інтернет-сторінок.	4

1	2	3
ТЕМА 5. Аналіз конкурентів в системі управління підприємством.		2
5.	Український досвід впровадження моніторингу конкурентів. Стратегічний аналіз конкурентів. SWOT-аналіз як основа формування конкурентоспроможності закладів. Концепція 4P.	2
ТЕМА 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності.		2
6.	Поняття «конкурентоспроможність працівника». Фактори формування конкурентоспроможності персоналу. Командоутворення – управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу в процесі формування конкурентних переваг працівника. Показники які використовуються для оцінки в процесі HR-бенчмаркінга.	2
ТЕМА 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу		2
7.	Практика застосування бенчмаркінгової політики. Світові компанії які застосовують конкурентний моніторинг. Застосування конкурентного моніторингу українськими компаніями.	2
Разом годин		16

7.2. Календарно-тематичний план семінарських занять, заліків по модулях, контрольних робіт

№ заняття	Тема семінарського заняття. Контрольні роботи (заліки по модулях)	Кількість годин
1	2	3
ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1		
	ТЕМА 1. Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання.	2
•	Проект 1. Застосування бенчмаркінгу у різних сферах життя суспільства	2
	ТЕМА 2. Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування.	2
•	Проект 2. Стратегія конкурентного моніторингу	2
	ТЕМА 3. Ділова розвідка та промислове	2

	шпигунство як складові конкурентного моніторингу.	
•	Проект 3. Джерела збору інформації для конкурентного аналізу	2
	ТЕМА 4. Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу.	2
•	Проект 4. Сервіси для аналізу конкурентів в інтернеті	2
	ТЕМА 5. Аналіз конкурентів в системі управління підприємством.	2
•	Проект 5. Аналіз підприємства (SWOT-аналіз, концепція 4P)	2
	ТЕМА 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності.	2
•	Проект 6. Оцінка ефективності діяльності команд як складова HR-моніторингу конкурентів.	2
	ТЕМА 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу	2
•	Проект 7. Приклади світових лідерів у застосуванні конкурентного моніторингу.	2
	Разом семінарських занять	14
	Разом контрольні роботи, заліки по модулях (ЗМ)	2
	Разом годин	16

7.3. Графік консультацій

№ з/п	Назва розділу, теми, зміст консультації	К-ть годин
1.	Консультація до тем 1-7	3
2.	Консультації по виконанню семінарських робіт	3
3.	Консультація по виконанню ІЗ.	2
4.	Консультація по організації та виконанню самостійної роботи студентів	0,5
	Разом годин	8,5

8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

1. Поняття «конкурентного моніторингу»: суть, зміст, цілі і завдання.
2. Основні визначення конкурентного моніторингу.
3. Етапи проведення конкурентного моніторингу.
4. Причини використання конкурентного моніторингу.
5. Мета аналізу конкурентів.
6. Основні завдання та принципи конкурентного моніторингу.
7. Механізм конкурентних досліджень.
8. Недоліки впровадження конкурентного моніторингу.
9. Об'єкти конкурентного аналізу.
10. Схема здійснення конкурентного моніторингу.
11. Технологічні аспекти проведення конкурентного моніторингу.
12. Підходи бенчмаркінгу і конкурентного аналізу.
13. Програми покращень результатів бізнесу.
14. Ділова розвідка та відмінність її від промислового шпигунства.
15. Класифікація джерел інформації.
16. Способи отримання інформації про конкурентів.
17. Модель промислового шпигунства.
18. Етапи і методи дослідження конкурентного середовища.
19. Поняття маркетингу та порівняння його з веб-маркетингом.
20. Переваги використання веб-маркетингу.
21. Що аналізувати в інтернеті для ефективного впровадження бенчмаркінгу.
22. Сервіси для аналізу сайтів та інтернет-сторінок.
23. Етапи конкурентного аналізу на підприємстві.
24. Український досвід впровадження конкурентного моніторингу.
25. Стратегічний аналіз конкурентів.
26. SWOT-аналіз як основа формування конкурентоспроможності закладів.
27. Концепція 4P.
28. Поняття «конкурентоспроможність працівника».
29. Фактори формування конкурентоспроможності персоналу.
30. Командоутворення – управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу в процесі формування конкурентних переваг працівника.
31. Показники які використовуються для оцінки в процесі HR-моніторинга.
32. Практика застосування конкурентної політики.

9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Методи оцінювання знань студентів: поточний контроль, оцінка за індивідуальне завдання та виконану самостійну роботу, підсумковий модульний контроль.

Бали студентам нараховуються за:

1. здачу семінарських робіт,
2. виконання самостійних робіт та індивідуального завдання,
3. написання контрольної модульної роботи.

Оцінювання рівня знань студентів на семінарських заняттях проводиться за 5-ти бальною шкалою (від 1 до 5 балів).

Порядок вивчення та оцінювання дисципліни доводиться до відома студентів протягом семестру.

9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів

Поточний та модульний контроль Заліковий модуль № 1		СР	ІНДЗ	РАЗОМ – 100 балів
Семінарські роботи	КМР			
35	35	15	15	

9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів

№ з/п	Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів	Бали рейтингу	Максимальн а кількість балів
1. Бали поточної успішності за участь у семінарських заняттях			
Критерії оцінювання		5 балів	
	робота виконана у зазначений термін, у повному обсязі, також якісно оформлена та представлена презентація по проекту		5
	робота виконана у зазначений термін, не у повному обсязі також здана та представлена презентація по роботі.		4
	робота виконана у неповному обсязі, або (та) з порушенням терміну її виконання, або (та) при відсутності презентації проекту		3
	виконання пропущеної без поважних причин семінарської		2

роботи або повторне виконання незарахованої роботи	
робота не виконана або не зарахована	0-1
2. Самостійна робота студентів (СРС)	
Критерії оцінювання	15 балів
завдання зроблене повністю та здане вчасно, якісно оформлено звіт	15
завдання зроблене, але не в повному обсязі або неналежно оформлений звіт;	10
завдання зроблене, але є нерозкриті питання немає звіту;	5
завдання зроблене, але не повністю охоплено темата немає звіту;	3
завдання не виконане або тільки розпочато.	0-2
3. Залік по модулю, контрольна робота	
Критерії оцінювання	35 балів
Встановлено 2 рівні складності завдань.	
1. Перший рівень (завдання 1) – завдання із вибором відповіді – тестові завдання. Завдання з вибором відповіді на теоретичне питання вважається виконаним правильно, якщо в картці тестування записана правильна відповідь.	15*2=30
2. Другий рівень (завдання 2) – завдання з короткою відповіддю. Завдання з короткою відповіддю вважається виконаним правильно, якщо студент дав вірні визначення, посилення, тлумачення, короткі коментарі.	2*2,5=5
4. Індивідуальна робота студента (ІНДЗ)	
Критерії оцінювання	15 балів
завдання виконане у зазначений термін, у повному обсязі, також якісно оформлена та представлена презентація по роботі	15
завдання виконане у зазначений термін, не у повному обсязі також здана та представлена презентація по роботі.	10
завдання виконане у неповному обсязі, або (та) з порушенням терміну її виконання, або (та) при відсутності презентації роботи	5
завдання зроблене, але не повністю охоплено тему та немає презентації;	3
завдання не виконане або не зараховане	0-2

Підсумкова оцінка за результатами поточного контролю освітньої діяльності студентів (РПК) за семестр визначається за накопичувальною системою.

Максимальна кількість балів за результатами поточного контролю становить 100.

Успішність навчання студентів оцінюється за шкалою: зараховано/незараховано. Для отримання “зараховано” студент повинен під час семестру набрати 51 чи більше балів із 100 можливих. “Зараховано” заслуговує студент, який під час семестру продемонстрував знання навчального матеріалу в обсязі, потрібному для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності. “Незараховано” виставляється у тому випадку, коли він під час семестру набрав менше 51 балу із 100. Оцінка “незараховано” означає, що студент не достатньо повно вивчив основний теоретичний матеріал, допускає грубі помилки у відповідях, не набув необхідних вмій та знань, передбачених програмою дисципліни.

9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
A	90 – 100	Зараховано
B	81-89	
C	71-80	
D	61-70	
E	51-60	
FX	21-50	Не зараховано
F	0-20	Не зараховано (без права перездачі)

Студенти, що отримали сумарний бал в межах від 21 до 50 за національною шкалою, отримують оцінку FX за шкалою ECTS та скеровуються на повторне складання заліку.

10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчально-методичне та наукове забезпечення кредитно-модульної системи організації навчального процесу з навчальної дисципліни “Конкурентний моніторинг бізнесу” включає:

- державні стандарти освіти;
- навчальні та робочі навчальні плани;
- навчальну програму;
- робочу програму;
- плани семінарських робіт та методичні матеріали з їх проведення;
- методичні матеріали до виконання самостійної та індивідуальної роботи;
- індивідуальні завдання;
- завдання для підсумкового модульного контролю;
- законодавчі та інструктивно-методичні матеріали;
- підручники і навчальні посібники.

11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

Проблемні лекції направлені на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами. При читанні лекцій студентам даються питання для самостійного обмірковування. Студенти здійснюють коментарі самостійно або за участю викладача.

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

Кейс-метод – розгляд, аналіз конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань тощо.

Банки візуального супроводження – сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності:

- Навчально-методичні матеріали з вивчення навчальної дисципліни.
- Інтерактивні посібники, підручники .
- Презентаційний матеріал.
- Електронний курс дисципліни на e-learning.lnu.edu.ua

Використання навчальних технологій для активізації процесу навчання з дисципліни

ТЕМА 1. Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання.	
Мозкові атаки	Мозкова атака пов'язана з порівняльним аналізом бенчмаркінгу та системами конкурентного моніторингу та аналізу.
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Суть конкурентного аналізу. 2. Цілі конкурентного аналізу. 3. Особливості конкурентного моніторингу
ТЕМА 2. Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування.	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Переваги конкурентного аналізу 2. Недоліки конкурентного аналізу
Кейс-метод	Огляд конкурентної стратегії на прикладі реальної компанії.
ТЕМА 3. Ділова розвідка та промислове шпигунство як складові конкурентного моніторингу.	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> Методи збору інформації для проведення моніторингового дослідження.
Мозкові атаки	Мозкова атака пов'язана із порівнянням ділової розвідки та промислового шпигунства.
ТЕМА 4. Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу.	
Мозкові атаки	Мозкова атака пов'язана із обговорення питання необхідності застосування SMM та SEO для покращення бізнесу.
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Порівняння маркетингу та web-маркетингу.

	2. Переваги та недоліки web-маркетингу.
Тема 5. Бенчмаркінг в системі управління підприємством.	
Проблемні лекції	SWOT-аналіз Концепція 4P
Тема 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності. HR-моніторинг.	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> HR-моніторинг
Робота в малих групах	Поділ студентів на команди та оцінка виконання кожною командою завдань. Обговорення усіма учасниками та порівняння методів і підходів кожної із команд до виконання завдання, та визначення її ефективності.
ТЕМА 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу	
Презентації	Студенти презентують свої доповіді і демонстраційні матеріали про одну із світових компаній, яка досягла успіху завдяки кампанії конкурентного моніторингу.

12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Ресурси мережі Інтернет	Ресурси мережі Факультету з навчальної дисципліни
<ul style="list-style-type: none"> – Бенчмаркінг як метод конкурентного аналізу: переваги та недоліки. URL: http://sesia.in.ua/archives/96. – Види бенчмаркінгу. TheGlobalBenchmarkingNetwork (GBN). URL: https://www.globalbenchmarking.org/index.php/whatsbenchmarking/types-ofbenchmarking. – Вишинська Т. Л. Бенчмаркінг в Україні: психологічний аспект. Практик-продаж. 2005. № 3. С. 43-46. URL: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2_008/Economics/25408.doc.htm. – Продукт або послуга: конкуренція і бенчмаркінг. URL: https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/benchmarking-ua – Бенчмаркінг для компаній та інтернет-маркетингу. URL: https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/benchmarking/ – Бенчмаркінг, як ефективна технологія впровадження інформаційного бізнесу. URL: https://pidru4niki.com/74015/marketing/benchmarking_efektivna_tehnologiya_vprovadzhennya_informatsiyogo_biznesu#58 – Бенчмаркінг – сучасна, ефективна маркетингова технологія. URL: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/5_romanishin.htm 	<ul style="list-style-type: none"> – Навчальна програма з навчальної дисципліни „Конкурентний моніторинг бізнесу” – Робоча програма з навчальної дисципліни „Конкурентний моніторинг бізнесу” – Підручники – Методичні рекомендації з виконання самостійної роботи (СРС) 3 – Методичні рекомендації з виконання ІНДЗ із – Засоби діагностики знань студентів з навчальної дисципліни – Методичні рекомендації для проведення семінарських занять з дисципліни „Конкурентний моніторинг бізнесу”

