



**КАФЕДРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ  
ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ**

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

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

на засіданні кафедри цифрової економіки  
та бізнес-аналітики  
протокол № 1 від “28” серпня 2020 р.

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ Шевчук І.Б.  
(підпис)

**ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ  
І МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ЩОДО ЇХ ПРОВЕДЕННЯ  
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Бенчмаркінг та конкурентний моніторинг  
бізнесу**

(назва навчальної дисципліни)

освітній ступінь: \_\_\_\_\_ бакалавр  
(бакалавр/магістр)

форма навчання: \_\_\_\_\_ денна  
(денна, заочна)

**Укладач:**

Старух А.І., доцент, к.е.н. \_\_\_\_\_  
(ПБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

**ЛЬВІВ 2020**

## 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарські заняття є ефективною формою організації навчальних занять, з якими органічно поєднуються лекції. Семінар – це особлива форма навчальних занять, яка полягає у самостійному вивченні студентами за завданнями викладача окремих питань і тем лекційного курсу з наступним оформленням навчального матеріалу у вигляді рефератів, доповідей, повідомлень тощо. Основними дидактичними цілями їх проведення є:

- забезпечити педагогічні умови для поглиблення і закріплення знань студентів з основ даної навчальної дисципліни, набутих під час лекцій та у процесі вивчення навчальної інформації, що виноситься на самостійного опрацювання;

- спонукати студентів до колективного творчого обговорення найбільш складних питань навчальної дисципліни, активізація їх до самостійного вивчення наукової та методичної літератури, формування у них навичок самоосвіти;

- оволодіння методами аналізу фактів, явищ і проблем, що розглядаються та формування умінь і навичок до здійснення різних видів майбутньої професійної діяльності.

Семінарські заняття виконують такі основні функції:

- навчальну (поглиблення, конкретизацію, систематизацію знань, засвоєних під час лекційних занять та у процесі самостійної підготовки до семінару);

- розвивальну (розвиток логічного мислення студентів, набуття ними умінь працювати з різними літературними джерелами, формування умінь і навичок аналізу фактів, явищ, проблем тощо);

- виховну (патріотичне виховання, виховання економічної культури і мислення, прищеплення інтересу до вивчення конкретної дисципліни та до фаху);

- діагностично-корекційну (контроль за якістю засвоєння студентами навчального матеріалу, виявлення прогалин у його засвоєнні та їх подолання).

Методична концепція проведення семінарських занять вимагає врахування таких основних положень:

- під час вивчення різних дисциплін студенти повинні засвоїти їх провідні ідеї (зміст понять, положень, законів тощо); знати галузі їх використання; вміти застосовувати набуті знання, вміння й навички під час вивчення фахових дисциплін, у майбутній практичній діяльності тощо;

- до семінарських занять ставляться загально дидактичні вимоги (науковість, доступність, єдність форми і змісту, проблемність тощо);

- у методиці проведення семінарських занять є певні особливості зумовлені логікою викладання конкретної дисципліни; - необхідно забезпечити високий

рівень мотивації (вивчення теми слід розпочинати із з'ясування її значення для засвоєння даної чи інших дисциплін, у майбутній професійній діяльності тощо);

- дотримання принципу професійної спрямованості та здійснення різнорівневих міжпредметних зв'язків з іншими дисциплінами, практичним навчанням забезпечує формування єдиної системи знань, умінь та навичок студентів; - семінарські заняття мають гармонійно поєднуватися з лекційними та практичними заняттями, самостійною роботою студентів.

При підготовці до семінарських занять студент повинен опрацювати рекомендовану літературу з метою вивчення запропонованих йому у плані заняття питань, завдань, тем тощо. На семінарі студент доповідає про основні результати проведених ним досліджень у процесі вивчення окремих тем, питань чи завдань. За результатами такої доповіді, а також відповідей на додаткові питання (за їх наявності) студент отримує відповідну кількість балів згідно встановленої шкали оцінювання

## 2. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ заняття	Тема семінарського заняття. Контрольні роботи (заліки по модулях)	Кількість годин
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1</b>		
	<b>Тема 1. Поняття «бенчмаркінг»: суть, зміст, цілі і завдання.</b>	<b>2</b>
•	Проект 1. Застосування бенчмаркінгу у різних сферах життя суспільства	2
	<b>Тема 2. Механізм бенчмаркінгових досліджень. Недоліки впровадження бенчмаркінгу.</b>	<b>2</b>
•	Проект 2. Стратегія бенчмаркінгу	2
	<b>Тема 3. Ділова розвідка та промислове шпигунство. Мета і методизбору інформації</b>	<b>2</b>
•	Проект 3. Джерела збору інформації для бенчмаркінгового аналізу	2
	<b>Тема 4. Бенчмаркінг і веб-маркетинг. SMM як інструмент покращення бізнесу.</b>	<b>2</b>
•	Проект 4. Сервіси для аналізу конкурентів в інтернеті	2
	<b>Тема 5. Бенчмаркінг в системі управління підприємством.</b>	<b>2</b>
•	Проект 5. Аналіз підприємства (SWOT-аналіз, концепція 4P)	2
	<b>Тема 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності. HR-бенчмаркінг.</b>	<b>2</b>
•	Проект 6. Оцінка ефективності діяльності команд як складова HR-бенчмаркінгу.	2
	<b>Тема 7. Світові стратегії бенчмаркінгу.</b>	<b>2</b>
•	Проект 7. Приклади світових лідерів у застосуванні бенчмаркінгу	2
	<b>Разом семінарських занять</b>	<b>14</b>
	<b>Разом контрольні роботи, заліки по модулях (ЗМ)</b>	<b>2</b>
	<b>Разом годин</b>	<b>16</b>

## ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

### План семінарського заняття № 1

**Тема 1: Поняття «бенчмаркінг»: суть, зміст, цілі і завдання.**

**Навчальний час: 2 год.**

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти термінологію та основні поняття у сфері бенчмаркінгу, навчитися визначати основну мету та цілі застосування бенчмаркінгу, розрізняти види бенчмаркінгу.

**Перелік питань, які студент повинен знати:** бенчмаркінг, мета бенчмаркінгу, особливості бенчмаркінгу, принципи бенчмаркінгу, види бенчмаркінгу.

**Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Що є предметом вивчення бенчмаркінгу?
2. Дайте визначення бенчмаркінгу і поясніть його сутність.
3. Яка різниця між бенчмаркінгом, конкурентним аналізом та маркетингом ?
4. Наведіть приклади застосування бенчмаркінгу.
5. Яка основна мета бенчмаркінгу?
6. Які основні ознаки бенчмаркінгу?
7. Які основні види бенчмаркінгу Ви можете назвати?
8. Які переваги та недогіди використання бенчмаркінгу?
9. Скільки етапів бенчмаркінгу Ви можете назвати?
10. Які етапи в історії Ви можете виділити в розвитку бенчмаркінгу?
11. Яку компанію вважають основоположником бенчмаркінгу?

#### **Завдання для семінарського заняття (Проект 1):**

Тема проекту: «Використання та приклади застосування методики бенчмаркінгу у різних сферах життєдіяльності людини».

*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ Старух А.І., доцент, к.е.н.

(підпис)

(ПБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

## План семінарського заняття № 2

### **Тема 2: Механізм бенчмаркінгових досліджень. Недоліки впровадження бенчмаркінгу.**

**Навчальний час:** 2 год.

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти технологічні аспекти проведення бенчмаркінгу, навчитися визначати об'єкт бенчмаркінгу, зрозуміти схему здійснення бенчмаркінгу.

**Перелік питань, які студент повинен знати:** об'єкт бенчмаркінгу, схема здійснення бенчмаркінгу, підходи бенчмаркінгу, принципи бенчмаркінгу, програми покращень результатів бізнесу.

**Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Що є об'єктом вивчення бенчмаркінгу?
2. Які особливості бенчмаркінгу Ви можете назвати?
3. Що таке схема здійснення бенчмаркінгу і його суть.
4. Що таке інтеграція у схемі здійснення бенчмаркінгу?
5. Які програми постійних покращень бізнесу Ви можете назвати?
6. Назвіть типи стратегій інноваційного розвитку.
7. Яка особливість стратегії перенесення?
8. Як відмінність між стратегією запозичення і стратегією нарощення?
9. Які основні процеси формування бенчмаркінгової стратегії?
10. Які основні недоліки впровадження бенчмаркінгу Ви можете виділити?

**Завдання для семінарського заняття (Проект 2):**

Тема проекту: «Стратегія бенчмаркінгу».

*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ Старух А.І., доцент, к.е.н.  
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

## План семінарського заняття № 3

### **Тема 3: Ділова розвідка та промислове шпигунство. Мета і методи збору інформації**

**Навчальний час:** 2 год.

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти та зрозуміти поняття ділової розвідки та промислового шпигунства, навчитися визначати мету збору інформації про конкурентів.

**Перелік питань, які студент повинен знати:** ділова розвідка, промислове шпигунство, джерела інформації про конкурентів, OSINT-технології.

#### **Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Що таке ділова розвідка?
2. Дайте визначення промислового шпигунстві.
3. Яка основна відмінність між діловою розвідкою та промисловим шпигунством?
4. Що таке відкриті джерела інформації?
5. Яку роль відіграють OSINT-технології у сфері бенчмаркінгу?
6. У яких сферах найбільше використовують OSINT-технології
7. Назвіть функції ділової розвідки.
8. Які принципи конкурентної розвідки Ви знаєте?
9. Розкрийте основний зміст та схему застосування промислового шпигунства.
10. Які є етапи роботи з пошуку інформації?
11. Які способи отримання інформації про конкурентів Ви знаєте? Які з них є найбільш популярні?

#### **Завдання для семінарського заняття (Проект 3):**

Тема проекту: «Способи отримання інформації про конкурентів».

*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ Старух А.І., доцент, к.е.н.  
 (підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

## План семінарського заняття № 4

### **Тема 3: Інтернет-маркетинг та бенчмаркінг**

**Навчальний час:** 2 год.

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти та зрозуміти поняття інтернет-маркетингу, навчитися визначати конкурентів в інтернеті та підбирати інструменти для ефективного аналізу сайтів та сторінок в соціальних мережах..

**Перелік питань, які студент повинен знати:** інтернет-маркетинг, CRM-система, маркетинговий мікс, концепція 4P, SEO, мобільний маркетинг, інтернет-реклама.

**Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Що таке інтернет-маркетинг?
2. Для чого використовується електронний маркетинг?
3. Що являє собою CRM-система та для чого її використовують?
4. Яка різниця між традиційним маркетингом та інтернет-маркетингом?
5. Назвіть переваги інтернет-маркетингу.
6. Які основні елементи найбільш важливі для успіху інтернет-бізнесу?
7. На що слід звертати уваги при аналізі власного сайту та сайту конкурента?
8. Які основні терміни веб-маркетингу Ви знаєте?
9. Що таке e-mail маркетинг?
10. Які категорії соціальних мереж Ви знаєте?
11. Який результат ми отримаємо в результаті проведення бенчмаркінгу та аналізу сайту конкурента?

### **Завдання для семінарського заняття (Проект 4):**

Тема проекту: «Бенчмаркінг та Web-маркетинг» (аналіз сайту/соціальної мережі/блогу і т.і. про фірму-конкурента).

*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ Старух А.І., доцент, к.е.н.

(підпис)

(ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)



## План семінарського заняття № 5

**Тема 5:** Бенчмаркінг в системі управління підприємством

**Навчальний час:** 2 год.

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти та зрозуміти поняття конкуренції, навчитися визначати характеристики конкуренції. Навчитися працювати з матричними методами аналізу конкурентів.

**Перелік питань, які студент повинен знати:** конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентна позиція.

**Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Що таке конкуренція?
2. Які характеристики конкуренції Ви знаєте?
3. Назвіть основні види конкурентної позиції підприємства на ринку.
4. Які види оцінки конкурентоспроможності підприємства за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства виділяють?
5. Які види оцінки конкурентоспроможності підприємства за формою вираження результату оцінки виділяють?
6. Що таке конкурентна стратегія?
7. Яка основна ідея теорії конкурентної переваги М. Портера ("ромб національних переваг")?
8. Що таке SWOT-аналіз?
9. Яка методика здійснення SWOT-аналізу?
10. Що представляє собою концепція 4P?
11. Які переваги та недоліки концепція 4P Ви можете назвати?
12. Яка основна перевага SWOT-аналізу?

### Завдання для семінарського заняття (Проект 5):

Тема проекту: «Бенчмаркінг в системі управління підприємством» (Аналіз фірми-конкурента за допомогою SWOT-аналіз та концепції 4P і т.д.).

*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ Старух А.І., доцент, к.е.н.  
 (підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

## План семінарського заняття № 6

**Тема 6:** Бенчмаркінг в системі управління підприємством

**Навчальний час:** 2 год.

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти та зрозуміти поняття конкурентоспроможності персоналу, навчитися визначати характеристики ефективної HR-кампанії.

**Перелік питань, які студент повинен знати:** конкуренція, конкурентоспроможність персоналу, HR-бенчмаркінга

**Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Що таке конкуренція?
2. Які характеристики конкуренції Ви знаєте?
3. Що таке конкурентоздатність.
4. Які є конкурентні переваги?
5. Що таке конкурентна позиція?
6. Назвіть види конкурентної позиції.
7. HR-бенчмаркінг – це?
8. Що таке командоутворення?
9. Оцінка ефективності підбору персоналу
10. Які показники оцінки в процесі HR-бенчмаркінга Ви можете назвати?

### Завдання для семінарського заняття (Проект 6):

Тема проекту: «Оцінка ефективності діяльності команд як складова HR-бенчмаркінгу.»

*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ Старух А.І., доцент, к.е.н.  
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

## План семінарського заняття № 7

### **Тема 7: Світові стратегії бенчмаркінгу.**

**Навчальний час:** 2 год.

**Міжпредметні зв'язки:** Зв'язок із елементами знань і умінь таких навчальних дисциплін як «Бізнес у соціальних мережах» та «Інформатизація бізнес-процесів», «Маркетинг».

**Мета і завдання семінарського заняття:** освоїти найбільш відомі світові стратегії бенчмаркінгу.

**Перелік питань, які студент повинен знати:** стратегі, бенчмаркінгова стратегія, ефективність.

**Питання для перевірки базових знань за темою семінарського заняття:**

1. Які переваги застосування бенчмаркінгу в Україні Ви можете назвати?
2. Які недоліки застосування бенчмаркінгу в Україні Ви можете назвати?
3. Яка компанія вперше використала бенчмаркінг?
4. Що запропонувала корпорація Xerox?
5. Які з відомих світових компаній використовують у своїй діяльності методику бенчмаркінгу?

### **Завдання для семінарського заняття (Проект 7):**

Тема проекту: «Приклади світових лідерів у застосуванні бенчмаркінгу»  
*Роздатковий матеріал у викладача*

**Укладач:** \_\_\_\_\_ **Старух А.І., доцент, к.е.н.**  
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

#### 4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

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

Бали студентам нараховуються за:

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

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

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

#### Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів

№ з/п	Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів	Бали рейтингу	Максимальна кількість балів
<b>1. Бали поточної успішності за участь у семінарських заняттях</b>			
<b>Критерії оцінювання</b>		<b>5 балів</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- розгорнутий, вичерпний виклад змісту питання;</li> <li>- повний перелік необхідних для розкриття змісту питання категорій та правильне розкриття їх змісту;</li> <li>- здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки і узагальнення;</li> <li>- уміння користуватись методами наукового аналізу економічних явищ, процесів і характеризувати їх риси та форми виявлення;</li> <li>- демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання;</li> <li>- використання актуальних фактичних та статистичних даних, матеріалів останніх подій в економічній, інформаційній, інформатизаційній та політичній сфері в країні та за її межами;</li> <li>- знання необхідних законів і нормативних матеріалів України, міжнародних та міждержавних угод, обов'язкове посилання на них під час розкриття питань;</li> </ul>		<b>5</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами, все ж таки студентом допущені помилки під час використання цифрового матеріалу, посилання на конкретні історичні періоди та факти, неточності у формулюванні термінів і категорій, проте з допомогою викладача він швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді;</li> </ul>		<b>4</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- порівняно з відповіддю на найвищий бал не зроблено розкриття хоча б одного з пунктів, указаних вище (якщо він потрібний для вичерпного розкриття питання);</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- одночасно мають місце обидва типи недоліків, які окремо характеризують критерії оцінки «добре»;</li> <li>- відповідь малообґрунтована, неповна;</li> <li>- студент не знайомий з законодавчими матеріалами, матеріалами сучасних публікацій із загальноекономічних питань, питань інформатизації, питань соціальних медіа тощо;</li> <li>- студент лише з допомогою викладача може зрозуміти та виправити свої помилки;</li> <li>- порівняно з відповіддю на найвищий бал не зроблено розкриття двох з пунктів, указаних вище (якщо вони потрібні для вичерпного розкриття питання);</li> </ul>	<b>3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- одночасно мають місце два чи більше типів недоліків, які окремо характеризують критерії оцінки «задовільно»;</li> <li>- у відповіді відсутні належні докази і аргументи, зроблені висновки не відповідають загальноприйнятим, хибні;</li> <li>- допущені грубі помилки і студент не може їх виправити;</li> <li>- порівняно з відповіддю на найвищий бал не зроблено розкриття трьох чи більше пунктів, указаних вище (якщо вони потрібні для вичерпного розкриття питання);</li> </ul>	<b>2</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- характер відповіді дає підставу стверджувати, що студент неправильно зрозумів суть питання чи не знає правильної відповіді;</li> <li>- студент не готовий до заняття.</li> </ul>	<b>0-1</b>