



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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан

доц. А.В. Стасишин

(підпис)

"30" серпня 2024 р.

КАФЕДРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ

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)

освітня програма: Інформаційні технології в бізнесі

(найменування спеціалізації)

освітній ступінь: магістр

(бакалавр/магістр)

ЛЬВІВ 2024

Програма навчальної дисципліни “Конкурентний моніторинг бізнесу” для студентів, які навчаються за галуззю знань 05 “Соціальні та поведінкові науки” спеціальністю 051 “Економіка” ОПП “Інформаційні технології в бізнесі” освітнього ступеня магістр.

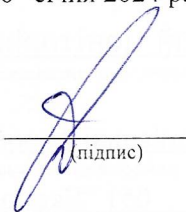
“12” січня 2024 року – 10 с.

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

Розглянуто та ухвалено на засіданні кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики

Протокол № 6 від “16” січня 2024 р.

Завідувач кафедри



Шевчук І.Б.
(прізвище, ініціали)

Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами та бізнесу

Протокол № 6 від “30” січня 2024 р.

© Романич І.Б., 2024 рік
© ЛНУ імені Івана Франка, 2024 рік

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

В сучасних умовах глобалізації світової економіки та посилення тенденцій розвитку економічної конкуренції показник пошуку 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 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» – 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 із 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.

Об'єкт навчальної дисципліни

Об'єктом вивчення дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу»

є процес бенчмаркінгу на підприємстві, методи та алгоритми бенчмаркінгу, механізм бенчмаркінгу.

Основні завдання

Основними завданнями навчальної дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» є: вивчення основних положень, понять і категорій, що стосуються 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», «Прогнозування соціально-економічних процесів», «Інструменти вимірювання і оцінювання соціально-економічних процесів».

Вимоги до знань і умінь

Протягом вивчення дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» *здобувачі вищої освіти набувають такі компетентності (здатність):*

ІК1 – Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

ЗК2 – Здатність зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК4 – Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5 – Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК6 – Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК7 – Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК8 – Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних

джерел.

СК17 – Здатність управляти та користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними системами та технологіями.

Програмні результати навчання:

ПРО6 – Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

ПРО13 – Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

ПРО15 – Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

ПРО20 – Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації державною та іноземною мовами.

ПРО21 – Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

ПРО23 – Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.

ПРО26 – Визначати необхідні комп'ютерні програми та засоби візуальної аналітики для обробки великих масивів даних з метою виявлення нових закономірностей та тенденцій.

ПРО27 – Володіти навичками розробки, використання та супроводу баз даних, програмних продуктів та web-аплікацій для організації економічної діяльності в мережі Інтернет та інформатизації всіх сфер життєдіяльності суспільства.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає досягнення такого кваліфікаційного рівня підготовки студента, за якого він повинен:

а) знати:

- понятійний апарат конкурентного моніторингу;
- цілі і задачі конкурентного моніторингу;
- типи, види та процеси моніторингу;
- етапи проведення моніторингу;
- способи отримання інформації;
- особливості застосування бенчмаркінгу в різних країнах;
- процеси 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 бенчмаркінгу;
- 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 вмінь	Зміст критерію рівня сформованості вмінь
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

Навчальна програма складена на **3 кредити**.

Форми контролю – проміжний модульний контроль, залік.

2. 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

3. 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-бенчмаркінгу.

Тема 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу

Практика застосування бенчмаркінгової політики. Світові компанії які застосовують конкурентний моніторинг. Застосування конкурентного моніторингу українськими компаніями.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Бублик М.І., Хім'як М.М., Лібер М.В. Бенчмаркінг як спосіб одержання конкурентних переваг. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.5. С. 136–139.
2. Дикань В.Л., Токмакова І.В., Овчиннікова В.О. Економічна діагностика: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 284 с.
3. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Харків, 2020. 340 с. ISBN 978-617-7912-52-0.
4. Іванов Ю.Б., Кизим М.О., Тищенко О.М., Іванова О.Ю., Ревенко О.В., Чечетова-Терашвілі Т.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: підручник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 320 с.

5. Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабань Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства: підручник. Київ: КНЕУ, 2006. 527 с.
6. Леськів Г.З., Франчук В.І., Левків Г.Я., Гобела В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
7. Старух А.І. Бенчмаркінг та конкурентний моніторинг бізнесу: конспект лекцій загально університетської вибіркової навчальної дисципліни. Львів. ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. 33 с.
8. Gryshova I.Yu., Mityay O.V., Gnatyeva T.M. Competitiveness of agriculture enterprises as the main factor of sustainable development of agricultural sphere. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. №2. С. 25–35.
9. Gryshova I.Yu., Shestakovska T.L., Glushko O.V. The economic measurement of convergence of institutional impact on the sustainability of development. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 4. С. 75–80.

Додаткова:

1. Варгатюк М.О. Науково-концептуальні засади використання бенчмаркінгу в управлінні підприємствами. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2 (18). С. 67–73.
2. Коваленко О.В. Сутність та особливості бенчмаркінгу в антикризовому управлінні підприємством. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 3. С. 140–145.
3. Кравченко О.В. Можливості застосування бенчмаркінгу як інструмента активізації управління підприємством. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2008. Вип. 6(74). – С. 102–110.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник. Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
5. Негоденко В., Варгатюк М., Щербата М. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «бенчмаркінг». *Економічний аналіз*. Тернопіль. 2019. Т. 29. №1. С. 208–214.
6. Палеха Ю.І. Інформаційний бізнес: підручник. Київ: Ліра-К, 2015. 492 с.
7. Bauer P. Який сервіс має сенс? Бенчмаркінг у логістиці. *Зарубіжні маркетингові дослідження*. № 1. 2004. – С.12–14.
8. Bresin S. Практика бенчмаркінгу. *Зарубіжні маркетингові дослідження*. № 1. 2004. С. 7–9.
9. Bruckhardt W. Цикл ключових питань про бенчмаркінг: новаторське і компетентне створення цінності. *Зарубіжні маркетингові дослідження*. № 3. 2005. С. 9–11.

10. Furey T.R. Бенчмаркінг – ключ до створення конкурентної переваги на етапі зрілості ринку. *Зарубіжні маркетингові дослідження*. №1. 2002. С. 7–10.
11. Krokowski W. Порівняння з кращими у світі конкурентами. Бенчмаркінг в управлінні постачанням. *Зарубіжні маркетингові дослідження*. № 7. 2003. С. 14–16.

5. INTERNET САЙТИ

1. Артеменко О.Т., Демченко П.О. Проблеми застосування бенчмаркінгу в Україні. Сучасні підходи до управління підприємством. 2016. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/95221>
2. Бенчмаркінг // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B3>
3. Фармацевтична енциклопедія. Бенчмаркінг. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1889/benchmarking>
4. Benchmarking for Nonprofits: How to Measure, Manage, and Improve Performance. URL: https://web.archive.org/web/20090718044658/http://www.fieldstonealliance.org/client/tools_you_can_use/04-26-05_Benchmarking.cfm
5. Del Giorgio Solfa. Benchmarking en el sector público: aportes y propuestas de implementación para la provincia de Buenos Aires. Villa Elisa: Industry Consulting Argentina. URL: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25886/Documento_completo_.pdf?sequence=1
6. European commission directorate general for education and culture Leonardo da Vinci programme. Project: «Improving training through benchmarking». URL: http://www.antenet1.com/LdV_Web_site/LdV_Bench_and_Eval_of_Training_Page3.htm
7. Explanation of benchmarking. URL: http://www.12manage.com/methods_benchmarking.html
8. The Global Benchmarking Network (GBN). URL: <https://www.globalbenchmarking.org>