



КАФЕДРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан

доц. А.В. Стасишин

(підпис)

“30” січня 2024 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)

освітня програма: Інформаційні технології в бізнесі

(найменування спеціалізації)

освітній ступінь: магістр

(бакалавр/магістр)

форма навчання: денна

(денна, заочна)

ЛЬВІВ 2024

Робоча 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 – 24 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.

ЗМІСТ

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	10
6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ	12
7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ	13
7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять	13
7.2. Календарно-тематичний план практичних занять, заліків по модулях, контрольних робіт	14
7.3. Графік консультацій	15
8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	16
9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ	17
9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів	17
9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів	17
9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю	19
10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	19
11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ	20
12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	21
13. ЗМІНИ І ДОПОВНЕННЯ ДО РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ	24

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 сучасною 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 компетенції (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:

ПР06 – Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

ПР13 – Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

ПР15 – Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

ПР20 – Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації державною та іноземною мовами.

ПР21 – Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

ПР23 – Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.

ПР26 – Визначати необхідні комп'ютерні програми та засоби візуальної аналітики для обробки великих масивів даних з метою виявлення нових закономірностей та тенденцій.

ПР27 – 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 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

Навчальна програма складена на **3 кредити**.

Форми контролю – проміжний модульний контроль, залік.

2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «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”				Освітній ступінь: магістр			
Освітньо-професійна програма: „Інформаційні технології в бізнесі”							
Курс: <u>1</u> Семестр: <u>II</u>				Методи навчання: Лекції, практичні заняття, самостійна робота, робота в бібліотеці, Інтернеті тощо.			
Кількість кредитів ECTS	Кількість годин	Кількість аудиторних годин	Лекції	Семінари, практичні, лабораторні	Заліки по модулях (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		ПМК, 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-бенчмаркінгу.

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. 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. Дмитрів 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.

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	практичні	заліки по модулях, (контрольні роботи)
			аудиторні	СРС/ІР			
ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1							
Тема 1.	Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання	12	4	8	2	2	-
Тема 2.	Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування	12	4	8	2	2	-
Тема 3.	Ділова розвідка та промислове шпигунство як складові конкурентного моніторингу	14	4	10	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	12	4	8	2	2	-
Тема 6.	Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності	12	4	8	2	2	-
Тема 7.	Світовий досвід конкурентного моніторингу	14	6	8	2	2	2
Разом годин		90	32	58	16	14	2

7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ

7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять

№ заняття	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

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-бенчмаркінгу.	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 практичних занять, заліків по модулях, контрольних робіт

№ заняття	Тема практичного 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 шпигунство як складові конкурентного моніторингу	2
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 практичних 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	2
2.	Консультації з виконання практичних робіт	2
3.	Консультація до заліку	2
4.	Консультація з організації та виконання самостійної роботи студентів	0,5
Разом годин		6,5

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-моніторингу.
32. Практика застосування конкурентної політики.

9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

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

Бали студентам нараховуються за:

1. виконання практичних робіт;
2. виконання самостійних робіт,
3. написання контрольної модульної роботи.

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	Залік	РАЗОМ – 100 балів
Практичні роботи	КМР			
50	30	20	-	

9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів

№ з/п	Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів	Бали рейтингу	Максимальна кількість балів
1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях			
Критерії оцінювання			7 балів
	практична робота виконана у зазначений термін, у повному обсязі, без помилок	7	
	практична робота виконана у зазначений термін, у повному обсязі, але є незначні помилки	4	
	практична робота виконана у неповному обсязі, або (та) з порушенням терміну її виконання, або (та) при наявності значних помилок	3	
	виконання пропущеної без поважних причин практичної роботи або повторне виконання незарахованої практичної роботи	2	
	практична робота не виконана або не зарахована	0-1	

2. Самостійна робота студентів (СРС)	
Критерії оцінювання	20 балів
завдання зроблене повністю та здане вчасно, якісно оформлено звіт	20
завдання зроблене, але не в повному обсязі або неналежно оформлений звіт;	15
завдання зроблене, але є незначні помилки;	10
завдання зроблене, але є суттєві помилки;	5
завдання не виконане або виконане частково.	0-1
3. Модульна контрольна робота	
Критерії оцінювання	30 балів
Встановлено 3 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.	12*1=12
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.	6*3=18
4. Індивідуальна робота студента (ІНДЗ)	
Критерії оцінювання	-
завдання виконане у зазначений термін, у повному обсязі і без помилок	-
завдання виконане у зазначений термін, у повному обсязі, але є незначні помилки	-
завдання виконане у неповному обсязі, або (та) з порушенням терміну виконання, або (та) при наявності значних помилок	-
завдання виконане із суттєвими помилками	-
завдання не виконане або тільки розпочато процес побудови коду програми.	-

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою.

Максимальна кількість балів за результатами поточного контролю становить 100.

9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю

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

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:

- стандарти освіти (Освітньо-професійна програма);
- навчальні та робочі навчальні плани;
- силабус навчальної дисципліни;
- програму навчальної дисципліни;
- робочу програму навчальної дисципліни;
- навчально-методичні матеріали для проведення лекцій;
- плани практичних робіт та методичні матеріали з їх проведення;
- завдання для самостійної роботи студента і методичні рекомендації щодо їх виконання з навчальної дисципліни;
- завдання для індивідуальної роботи студента і методичні рекомендації щодо їх виконання з навчальної дисципліни;
- засоби діагностики знань та умінь студентів (збірники тестових завдань);
- завдання для підсумкового модульного контролю;
- методичні, мультимедійні, опорні матеріали для лекційних, практичних занять;
- рекомендована література на поточний навчальний рік.

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 практичні 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.

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

- Навчально-методичні матеріали з вивчення навчальної дисципліни.
- Інтерактивні посібники, підручники.

Використання навчальних технологій для активізації процесу навчання з дисципліни

Тема 1. Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання	
Проблемні лекції	Проблемні питання: 1. Суть конкурентного аналізу 2. Цілі конкурентного аналізу 3. Особливості конкурентного моніторингу
Мозкові атаки	Мозкова атака пов’язана з порівняльним аналізом бенчмаркінгу та системами конкурентного моніторингу та аналізу
Тема 2. Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування	
Проблемні лекції	Проблемні питання:

	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	Проблемні питання: 1. 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
Проблемні лекції	Проблемні питання: 1. Порівняння маркетингу та web-маркетингу 2. Переваги та недоліки web-маркетингу
Тема 5. Аналіз конкурентів в системі управління підприємством	
Проблемні лекції	Проблемні питання: 1. SWOT-аналіз 2. Концепція 4P
Тема 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності. HR-моніторинг	
Проблемні лекції	Проблемні питання: 1. 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
<p>1. Артеменко О.Т., Демченко П.О. Проблеми застосування бенчмаркінгу в Україні. Сучасні підходи до управління підприємством. 2016. URL: http://conf.management.fimm.kpi.ua/proc/article/view/95221</p> <p>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</p> <p>3. Фармацевтична енциклопедія. Бенчмаркінг. URL: https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1889/benchmarking</p> <p>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</p> <p>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</p>	<p>– Програма навчальної дисципліни;</p> <p>– Робоча програма навчальної дисципліни;</p> <p>– Підручники;</p> <p>– Навчально-методичні матеріали для проведення лекцій;</p> <p>– Конспект лекцій з навчальної дисципліни;</p> <p>– Методичні рекомендації з виконання самостійної роботи (СРС);</p> <p>– Методичні рекомендації з індивідуальної роботи студентів;</p> <p>– Засоби діагностики знань студентів з навчальної дисципліни.</p>

Робоча 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.

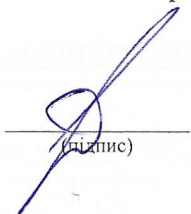
“12” січня 2024 року – 24 с.

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



(підпис)

Шевчук І.Б.

(прізвище, ініціали)

Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами та бізнесу

Протокол № 6 від “30” січня 2024 р.

- | | |
|--|--|
| 6. European commission directorate general for education and culture Leonardo da Vinci programme. Project: «Improving training through benchmarking». URL: http://www.anter-net1.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 | |