



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет управління фінансами та бізнесу
Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики

ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри цифрової економіки та
бізнес-аналітики
факультету управління фінансами та бізнесу
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 6 від 16 січня 2024 р.)

Завідувач кафедри _____ І.Б. Шевчук

Силабус з навчальної дисципліни

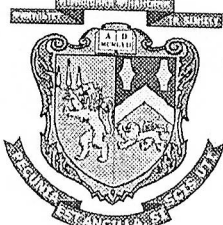
«Конкурентний моніторинг бізнесу»,

що викладається в межах ОПП

«Інформаційні технології в бізнесі»

**другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів з
спеціальності 051 «Економіка»**

Львів 2024

	<p style="text-align: center;">Силабус навчальної дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу»</p> <p style="text-align: center;">Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки» Спеціальність: 051 «Економіка»</p>
Адреса викладання дисципліни	м. Львів, вул. Коперника, 3
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет управління фінансами та бізнесу Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	05 «Соціальні та поведінкові науки» 051 «Економіка»
Викладачі дисципліни	Романич Ігор Богданович, к.е.н.
Контактна інформація викладачів	Моб. телефон: +38(067)6704064 Електронна скринька: ihor.romanych@lnu.edu.ua Viber: +38(067)6704064 Сторінка викладача: https://financial.lnu.edu.ua/employee/romanych111 Місце знаходження: м. Львів, вул. Коперника, 3; кім. 508 (кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики)
Консультації з питань навчання з дисципліни відбуваються	Щоп'ятниці, 11:50-13:10 год. (вул. Коперника, 3, ауд. 507) Консультації в день проведення лекцій/практичних занять за попередньою домовленістю. Можливі он-лайн консультації через Skype, Viber, Teams. Для погодження часу он-лайн консультацій слід попередньо повідомити на електронну пошту викладача
Сторінка курсу	https://financial.lnu.edu.ua/course/konkurentnyy-monitorynh-biznesu
Інформація про дисципліну	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.
Коротка анотація дисципліни	Дисципліна “Конкурентний моніторинг бізнесу” є дисципліною циклу вільного вибору зі спеціальності 051 «Економіка» для освітньої програми «Інформаційні технології в бізнесі», яка викладається в II семестрі в обсязі 90 годин та 3 кредитів (ECTS)

<p>Мета та цілі дисципліни</p>	<p>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.</p> <p>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</p>
<p>Предмет і об'єкт дисципліни</p>	<p>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</p> <p>Об'єктом вивчення дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» є процес бенчмаркінгу на підприємстві, методи та алгоритми бенчмаркінгу, механізм бенчмаркінгу</p>

**Література для
вивчення
дисципліни**

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., Овчишнікова 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 «НДЖЕК», 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-концентуальні 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.С. 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.

	<p>Интернет-джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Артеменко О.Г., 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.fielldstonealliance.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.internet1.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
Тривалість курсу	90 год
Обсяг курсу	32 години аудиторних занять, з них 16 годин лекцій, 16 годин практичних занять, 58 годин самостійної роботи

<p>Компетентності та програмні результати навчання</p>	<p>При вивченні дисципліни «Конкурентний моніторинг бізнесу» здобувачі вищої освіти набувають такі компетентності (здатність):</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК4 – Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК5 – Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК6 – Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК7 – Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК8 – Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК17 – Здатність управляти та користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними системами та технологіями.</p>
<p>Компетентності та програмні результати навчання</p>	<p>Програмні результати навчання:</p> <p>ПР06 – Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.</p> <p>ПР13 – Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.</p> <p>ПР15 – Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.</p> <p>ПР20 – Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР21 – Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб’єктів.</p> <p>ПР23 – Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.</p> <p>ПР26 – Визначати необхідні комп’ютерні програми та засоби візуальної аналітики для обробки великих масивів даних з метою виявлення нових закономірностей та тенденцій.</p> <p>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.</p>

	<p>Вивчення навчальної дисципліни передбачає досягнення такого кваліфікаційного рівня підготовки студента, за якого він повинен:</p> <p>а) знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>б) уміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
Ключові слова	Конкурентний моніторинг, бенчмаркінг, ділова розвідка, промислове шпигунство, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, ВЕБ-маркетинг
Формат курсу	Очний. Проведення лекцій, практичних занять та консультацій. Викладання навчальної дисципліни передбачає поєднання традиційних форм аудиторного навчання з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як комп'ютерна графіка, аудіо та відео, інтерактивні елементи, онлайн консультування
Теми	Подано у формі Схеми курсу
Підсумковий контроль, форма	Модульний контроль (письмові завдання, теоретичні питання, тести) та залік в кінці семестру. Оцінка складається із кількості балів нарахованих за: здачу практичних робіт, виконання самостійних робіт та написання контрольних модульних робіт. Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів вищої освіти, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль, виконання навчальних та індивідуальних завдань
Пререквізити	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»

<p>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</p>	<p>Презентація, лекція-бесіда, лекція-візуалізація, колаборативне навчання (форми – групові проєкти, спільні розробки), проєктно-орієнтоване навчання, навчальна дискусія, мозкова атака, кейс-метод, демонстрування, самостійна робота, практичні роботи, метод порівняння, метод узагальнення, метод конкретизації, метод виокремлення основного, обговорення, робота над помилками</p>
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>Вивчення курсу потребує використання програмного забезпечення як от Microsoft Office 365, крім загально вживаних програм і операційних систем. Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Microsoft Teams, Microsoft Forms, Microsoft Outlook. Проектор, ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи, проходження тестування (поточний, підсумковий контроль)</p>
<p>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</p>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> • практичні роботи: 50% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 50; • самостійна робота: 20% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 20; • модульна контрольна робота: 30% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 30. <p>Підсумкова максимальна кількість балів – 100</p>
	<p>Політика щодо дедлайнів та перескладання: роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку -20% від визначених балів за даний вид роботи. Студенти виконують декілька видів письмових робіт. Перескладання (модулів, контрольних робіт) відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, довідка про стан здоров'я)</p>

Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в практичній (письмовій) роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані під час поточного контролю, самостійної роботи та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. В Університеті наявні документи, які містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності: Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти ЛНУ; Положення про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка; Кодекс академічної доброчесності Львівського національного університету імені Івана Франка; Декларація про дотримання академічної доброчесності працівником у Львівському національному університеті імені Івана Франка; Декларація про дотримання академічної доброчесності здобувачем вищої освіти у Львівському національному університеті імені Івана Франка. Дані документи розміщені за посиланням <https://education-quality.lnu.edu.ua>

<p>Питання до підсумкового контролю</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>Опитування</p>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу</p>

Схема курсу

Тиждень год.	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література. Ресурси в інтернеті	Завдання, год.	Термін виконання
1	2	3	4	5	6
Тижд. 1 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 2 2 год.	Тема 1. Поняття конкурентного моніторингу («бенчмаркінг»): суть, зміст, цілі і завдання	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 1. Застосування бенчмаркінгу у різних сферах життя суспільства, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 3 2 год.	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	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 4 2 год.	Тема 2. Механізм конкурентного моніторингу. Недоліки застосування	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 2. Стратегія конкурентного моніторингу, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 5 2 год.	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	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом

1	2	3	4	5	6
Тижд. 6 2 год.	Тема 3. Ділова розвідка та промислове шпигунство як складові конкурентного моніторингу	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 3. Джерела збору інформації для конкурентного аналізу, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 7 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 8 2 год.	Тема 4. Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 4. Сервіси для аналізу конкурентів в інтернеті, 2 год	Згідно розкладу
Тижд. 9 2 год.	Тема 4. Застосування Веб-маркетингу в аналізі конкурентів як інструмент покращення бізнесу Що аналізувати в Інтернеті для ефективного впровадження бенчмаркінгу. Сервіси для аналізу сайтів та інтернет-сторінок.	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 10 2 год.	Тема 5. Аналіз конкурентів в системі управління підприємством	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 5. Аналіз підприємства (SWOT-аналіз, концепція 4P), 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 11 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом

1	2	3	4	5	6
Тижд. 12 2 год.	Тема 6. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 6. Оцінка ефективності діяльності команд як складова HR-моніторингу конкурентів, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 13 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 14 2 год.	Тема 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Проект 7. Приклади світових лідерів у застосуванні конкурентного моніторингу, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 15 2 год.	Тема 7. Світовий досвід конкурентного моніторингу Практика застосування бенчмаркінгової політики. Світові компанії які застосовують конкурентний моніторинг. Застосування конкурентного моніторингу українськими компаніями.	Лекція	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тижд. 16 2 год.	Підсумковий контроль	Практичне заняття	Осн. [1-9]. Інт. [1-11].	Модульна контрольна робота	Згідно розкладу

Викладач



І.Б. Романич