

# МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### **ОДПІ 1.2.7 КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГЛОБАЛЬНИХ КОМПАНІЙ**

Освітньо-професійна програма	«Туризм»
спеціальності	242 «Туризм» ОС «Магістр»
факультет	економіко-правовий

Робоча програма «Конкурентоспроможність глобальних компаній»  
(назва навчальної дисципліни)

для студентів ОПП «Туризм» спеціальності 242 «Туризм» ОС «Магістр»

Розробник:

Беззубченко О.А., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, кандидат економічних наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

Протокол від «27» серпня 2020 року, № 1

Завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

  
(підпис) (Ю.І. Чентуков)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		очна (денна) форма здобуття вищої освіти	заочна форма здобуття вищої освіти
Кількість кредитів – 4	Галузь знань <i>24 Сфера обслуговування та адміністрування</i>	Обов'язкова	
Модулів – 2	ОПП «Туризм»  Спеціальність <i>242 «Туризм»</i>	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання: 1) індивідуальне практичне завдання 2) індивідуальне науково-дослідне завдання		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		2-й	2-й
Тижневих годин для денної форми здобуття вищої освіти: аудиторних – 3,5 самостійної роботи студента – 5	Освітній рівень <i>Магістр</i>	Лекції	
		20 год.	10 год.
		Практичні, семінарські	
		24 год.	12 год.
		Лабораторні	
		4 год.	2 год.
		Самостійна робота	
		72 год.	96 год.
		Індивідуальні завдання	
		год.	год.
Вид контролю			
екзамен			

Примітка:

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:  
для денної форми здобуття вищої освіти – 40%/60%  
для заочної форми здобуття вищої освіти – 20%/80%

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формування системи теоретичних та практичних навичок з міжнародної конкурентоспроможності компаній в глобальному середовищі, набуття умінь оцінювати позиції компаній на глобальному ринку і розвивати свої конкурентні переваги шляхом втілення ефективних стратегій з конкурентоспроможності.

**Завдання:** вивчення теорії з основних аспектів міжнародної конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, компаній, галузей і національних економік, міжнародних стратегій конкурентної поведінки глобальних компаній на світовому ринку; набуття умінь визначати й оцінювати показники і фактори міжнародної конкурентоспроможності компаній різних типів, розробляти програми її підвищення, вибирати оптимальні стратегії українських компаній на зарубіжних ринках.

**Місце навчальної дисципліни в освітній програмі.** Навчальна дисципліна «Конкурентоспроможність глобальних компаній» спрямована на опанування наступних компетентностей:

- Уміння працювати в міжнародному та вітчизняному професійному середовищі.
- Здатність аналізувати геопросторову організацію туристичного процесу і проектувати її розвиток на засадах сталості.
- Здатність упроваджувати в практику міжнародний досвід рекреаційно-туристичної діяльності.

- Розуміння механізмів взаємодії суб'єктів світового та національного туристичного ринків і положень соціально-відповідального бізнесу в туризмі та рекреації.
- Здатність до управління інформацією.
- Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку туристичного бізнесу.
- Здатність проводити аналіз конкурентоспроможності національного туристичного продукту; розробляти, обґрунтовувати та впроваджувати стратегії зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств.

Дисципліна використовується для формування наступних програмних результатів навчання, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки магістра за спеціальністю 242 «Туризм» (ОПП «Туризм») у Маріупольському державному університеті:

- Здатність оцінювати кон'юнктуру туристичного ринку, інтерпретувати результати дослідження та прогнозувати напрями розвитку суб'єкта підприємницької діяльності в сфері рекреації і туризму.
- Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах.
- Діяти у полікультурному середовищі.
- Демонструвати соціальну відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень.
- Розробляти та впроваджувати інноваційний туристичний продукт та оцінювати рівень його конкурентоспроможності на національному і світовому ринках.
- Проводити дослідження туристичного ринку та оцінювати перспективи його розвитку у цілому та у рамках окремих видів туризму / географічних напрямів.

**Передумови для вивчення дисципліни.** Дисципліна «Конкурентоспроможність глобальних компаній» вивчається після дисципліни «Менеджмент організацій»

**Результати навчання.** У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: методологічні основи міжнародної конкурентоспроможності глобальної компанії; основні складові міжнародної конкурентоспроможності компанії; основні стратегії конкурентоспроможності організацій на міжнародних ринках в умовах відкритої та прихованої конкуренції; *вміти*: аналізувати рівень міжнародної конкурентоспроможності організації; прогнозувати очікувані результати діяльності компанії; використовувати сильні сторони (конкурентні переваги) глобальних компаній на зовнішніх ринках.

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### **Змістовий модуль 1. Теоретичні основи міжнародної конкурентоспроможності компанії в глобальному середовищі.**

Тема 1. Конкуренція в системі ринкової економіки.

Поняття конкурентоспроможності різних суб'єктів та її основні ознаки. Сучасні наукові школи та підходи до дослідження конкуренції та конкурентоспроможності. Основні складові та джерела міжнародної конкурентоспроможності країни, компанії, товару/послуги. Форми конкуренції та їх еволюція. Основні види конкуренції. Функції конкуренції як економічної категорії. Цінової та нецінової методи конкурентної боротьби. Рівні ведення конкурентної боротьби. Модель досконалої конкуренції.

Тема 2. Конкурентне середовище глобальної компанії.

Основні складові конкурентного середовища: політичні, економічні, соціальні, техніко-технологічні, екологічні, нормативно-правові фактори, фактори навчання (STEEPLe фактори);

Державна політика в сфері регулювання конкуренції. Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції. Інформаційна кон'юнктура стратегічного простору компанії, комунікаційна політика компанії. Динамічність змін стратегічного простору глобальної компанії; управлінські та стратегічні компетенції менеджменту підприємства; ціннісно-цільові характеристики ключових груп стейкхолдерів компанії.

Тема 3. Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку.

Визначення поняття конкурентоспроможності продукції. Критерії оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку. Сутність конкурентоспроможності

експортної продукції та показники які її характеризують. Фактори, які впливають на рівень конкурентоспроможності експортної продукції. Особливості розробки програми підвищення конкурентоспроможності продукції на світових ринках. Сервісне та післясервісне обслуговування як додаткові чинники підвищення привабливості товарів і зростання їх конкурентоспроможності. Показники якості послуг. Система забезпечення конкурентоспроможності ринкових продуктів. Визначення конкурентоспроможності послуги на зовнішніх ринках. Світова організація торгівлі та стандартизація якості товарів. Міжнародні стандарти якості ISO. Використання міжнародних стандартів – важливий чинник підвищення якості продукції.

Тема 4. Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності глобальної компанії.

Сутність понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги». Види та джерела формування конкурентних переваг компанії. Класифікація чинників конкурентоспроможності глобальної компанії. Головні аспекти забезпечення конкурентоспроможності компанії. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю компанії.

## **Змістовий модуль 2. Стратегічний розвиток конкурентоспроможності компаній в глобальному середовищі.**

Тема 5. Типологія глобальних компаній.

Різновиди глобальних компаній за ступенем автономії та організаційно-правовими формами. Характерні ознаки глобальних компаній в залежності від типу взаємовідносин між численними осередками, орієнтації, відношення до зарубіжних ринків, рівня централізації ухвалення управлінських рішень, контролю за діяльністю зарубіжних філій, кадрової політики, організаційної структури, здійснення інформаційних потоків. Підходи до взаємин між материнською компанією і її філіями.

Тема 6. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності глобальної компанії.

Показники оцінки міжнародної конкурентоспроможності компанії. Методи оцінки конкурентоспроможності глобальної компанії (матричні, індексні, графічні, бальної оцінки). Сутність та особливості матриць Бостонської консалтингової групи; I. Ансоффа; Mc Kinsey; Shell; конкурентних стратегій М.Портера; SWOT-аналіз; TOWS-аналіз. Переваги та недоліки індексних методів оцінки конкурентоспроможності глобальних компаній: інтегральної оцінки; метод бенчмаркінгу. Особливості використання графічних методів оцінки конкурентоспроможності глобальної компанії (багатокутник конкурентоспроможності; радар конкурентоспроможності; метод «профілів»).

Тема 7. Конкурентні стратегії глобальних компаній.

Типізація стратегій міжнародної конкурентоспроможності (віолентна стратегія, комутантна стратегія, експлерентна стратегія, стратегії в сфері масового виробництва, стратегії в сфері малого бізнесу, конкурентні переваги вузької спеціалізації, корпоративні стратегії диверсифікації, конкурентні інноваційні стратегії). Принципи організації інноваційної діяльності у глобальній компанії. Управління дослідженнями та розробками з підвищення компанії. Внутрішньо-організаційна модель інноваційного процесу.

Тема 8. Система управління конкурентоспроможністю глобальної компанії на світовому ринку.

Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю компанії. Специфічні особливості забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організацій різних типів. Принципи управління конкурентоспроможністю глобальної компанії на світовому ринку. Аналіз фінансового стану компанії як інструмент підвищення його конкурентоспроможності. Етапи та процес управління конкурентоспроможністю глобальної компанії. Специфічні особливості забезпечення конкурентоспроможності глобальних компаній на різних типах

галузевих ринків. Процес прийняття та реалізації управлінських рішень в сфері конкурентоспроможності глобальної компанії.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Очна (денна) форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб	інд	с.р.	л		п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи міжнародної конкурентоспроможності компанії в глобальному середовищі.</b>												
Тема 1. Конкуренція в системі ринкової економіки.	13	2	2	-		9	16	2	2			12
Тема 2. Конкурентне середовище глобальної компанії.	17	4	4	-		9	15	1	2			12
Тема 3. Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку.	13	2	2	-		9	13	1				12
Тема 4 . Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності глобальної компанії.	13	2	2			9	13	1				12
Разом за змістовим модулем 1	56	10	10	2		36	57	5	4			48
<b>Змістовий модуль 2. Стратегічний розвиток конкурентоспроможності компаній в глобальному середовищі.</b>												
Тема 5. Типологія глобальних компаній.	13	2	2	-		9	15	1	2			12
Тема 6. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності глобальної компанії.	19	4	4	2		9	18	2	2	2		12
Тема 7. Конкурентні стратегії глобальних компаній.	17	2	4	2		9	15	1	2			12
Тема 8. Система управління конкурентоспроможністю глобальної компанії на світовому ринку.	15	2	4	-		9	15	1	2			12
Разом за змістовим модулем 2	64	10	14	4		36	63	5	8			48
<b>Усього годин</b>	120	20	24	4		72	120	10	12	2		96
<b>Модуль 2</b>												
ІНДЗ	-	-	-	-	-	-						
Індивід. завдання 1												
Індивід. завдання 2												
<b>Усього годин</b>	120	20	24	4	-	72	120	10	12	2		120

## 5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Конкуренція в системі ринкової економіки.	2	2
2	Конкурентне середовище глобальної компанії.	4	2
3	Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку.	2	
4	Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності глобальної компанії.	2	
5	Типологія глобальних компаній.	2	2
6	Аналіз та оцінка конкурентоспроможності глобальної компанії.	4	2
7	Конкурентні стратегії глобальних компаній.	4	2
8	Система управління конкурентоспроможністю глобальної компанії на світовому ринку.	4	2
	Разом	24	12

## 6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Аналіз та оцінка конкурентоспроможності глобальної компанії.	2	2
2	Конкурентні стратегії глобальних компаній.	2	
	Разом	4	2

## 7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Конкуренція в системі ринкової економіки.	9	12
2	Конкурентне середовище глобальної компанії.	9	12
3	Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку.	9	12
4	Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності глобальної компанії.	9	12
5	Типологія глобальних компаній.	9	12
6	Аналіз та оцінка конкурентоспроможності глобальної компанії.	9	12
7	Конкурентні стратегії глобальних компаній.	9	12
8	Система управління конкурентоспроможністю глобальної компанії на світовому ринку.	9	12
14	Разом	72	96

## 8. Індивідуальні завдання

Метою виконання індивідуального практичного завдання є розвиток практичних навичок проведення досліджень, здійснення аналізу з використанням сучасних методів оцінки міжнародної конкурентоспроможності компанії для формування її конкурентоспроможної стратегії маркетинг менеджменту та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах. Виконання завдання дозволяє закріпити теоретичні знання, отримані під час вивчення дисципліни та вчитися використовувати їх при оцінці рівня конкурентоспроможності компанії для пошуку напрямів її підвищення з урахування кращих практик компаній-провідних лідерів на ринку.

Індивідуальне практичне завдання №1:

Оцінити рівень конкурентоспроможності глобальних компаній (мінімум 3), що належать до одного з галузевих туристичних ринків за методом бенчмаркінгу.

Результати представити в програмі Microsoft PowerPoint та захистити.

Метою виконання індивідуального науково-дослідного завдання є розвиток здібностей проводити об'єктивний аналіз зовнішнього середовища компанії, здійснювати пошук нових можливостей стратегічного розвитку конкурентоспроможності туристичної компанії шляхом

використання сильних сторін та управляти її конкурентоспроможністю з використанням новітніх підходів та методів в умовах відкритої та прихованої конкуренції.

Індивідуальне науково-дослідне завдання №2:

Здійснити порівняльний аналіз міжнародних стратегій конкурентоспроможності з прикладами провідних туристичних компаній світу, що їх використовують.

Результати представити в програмі Microsoft PowerPoint.

### 9. Методи навчання

Лекції, семінарські (практичні) заняття, реферування навчальної та наукової літератури, робота в Інтернет.

### 10. Критерії оцінювання

Оцінювання рівня опанування студентом матеріалу навчальної дисципліни шляхом поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль здійснюється у процесі вивчення дисципліни з метою виявлення ступеню розуміння студентом засвоєного навчального матеріалу та вміння використовувати його для виконання практичних завдань. Поточний контроль здійснюється під час семінарських занять. Робота на семінарському занятті оцінюється максимально в 4 бали (за вісім тем, максимальна кількість балів, яку можна отримати дорівнює 32 балам)

#### Критерії оцінювання під час аудиторних занять

Кількість балів	Критерії оцінювання
4 бали	Студент/ка у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, самостійно, логічно та аргументовано його викладає, глибоко та вичерпано розкриває зміст теоретичних питань, для підготовки використовує не тільки обов'язкову, а й додаткову літературу, вільно володіє необхідною термінологією, здатен самостійно аналізувати та робити ґрунтовні висновки.
3 бали	Студент/ка, в достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, логічно та послідовно його викладає, розкриває зміст основних теоретичних питань, використовуючи при цьому тільки обов'язкову літературу, орієнтується в науковій термінології з дисципліни. Проте під час висвітлення допускає окремі неточності та незначні помилки.
2 бали	Студент/ка, не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, навчальний матеріал викладає фрагментарно, з порушенням логічної послідовності та без достатньої аргументації.

Виконання індивідуального практичного завдання оцінюється в 10 балів Виконання індивідуального науково-дослідного завдання оцінюється в 8 балів (за два індивідуальні завдання, максимальна кількість балів, яку можна отримати дорівнює 18 балам )

Критеріями оцінювання індивідуальних завдань є їх відповідність обраній темі дослідження, глибина та якість проведеного дослідження, різноманітність використаних методів та інструментів дослідження, ґрунтовність отриманих результатів, та оригінальність візуального представлення.

Загальні критерії оцінювання

Складання іспиту оцінюється в 50 балів

Кожен екзаменаційний білет складається з 50 тестових вправ однакового рівня складності, які передбачають чотири варіанти відповідей, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал.

### 11. Засоби оцінювання

Бали за опитування та доповіді на семінарських заняттях, бали за індивідуальні завдання, бали за іспит (підсумковий тест).



## 12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне опитування та самостійна робота								Екзамен	Сума	
Змістовний модуль 1				Змістовний модуль 2						Індивідуальні практичні завдання
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	18	50	100
4	4	4	4	4	4	4	4			

## Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>		
60-63	<b>E</b>	задовільно	
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 13. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення

Обладнанням є персональні комп'ютери з програмним забезпеченням: MS Word, MS Excel, STATISTICA, Power Point, Навчальний портал Moodle.

## 14. Рекомендовані джерела інформації

### Базові

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика/ Азоев Г. Л. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 280 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы/ Г. Азоев., А.Челенков – М.,2000. - 459 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление/ Ансофф И.; под ред. Л.И. Евенко; пер с англ.— М.: Экономика, 1989. — 519 с.
4. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З.Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. О. Янкового. – о.: атлант, 2013. – 470 с.
6. Управління між народною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / За ред.. І.О. Піддубного. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004.- 264 с.
7. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран./ М. Портер ; пер с англ.— М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
8. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии учеб. [для вузов]/ А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; под ред. Л.Р. Зайцева, М.И. Соколовой; пер с англ.— М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
9. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку. Монографія: У 2 т. /За заг. ред. Д.Г.Лук'яненка, А.М.Поручника. – К.: КНЕУ, 2006. – т.1-810 с., т.2- 590 с
10. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Підручник/ Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко , Т. М. Чечетова-Терашвілі. – Х.: ВД

«ІНЖЕК», 2010. – 320 с. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://ndc-ipr.org/media/ndc\\_old/documents/Tishtnrj-Kizim-Pidryz.pdf](https://ndc-ipr.org/media/ndc_old/documents/Tishtnrj-Kizim-Pidryz.pdf)

11. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): [навч. посіб.]/За заг. ред. д.е.н., проф., ак. І.Ю.Сіваченка. – К.: ЦУЛ, 2003. – 186 с.

12. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник. — 3-е изд. — М.: Маркет ДС, 2008. — 208 с.

13. Шершньова З.С. Стратегічне управління: Навч. посіб./ З.С Шершньова, С.В. Оборська – К.: КНЕУ, 1999. - 384 с.

#### Додаткові

1. Василенко В.О. Конкурентоспроможність підприємств в сфері туристичного бізнесу/ О.В. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Освіта України, 2012. -508 с.

2. Ковтун О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст: моногр. / О. І. Ковтун. – Львів: Вид-во ЛКА, 2009. – 175 с.

3. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Вид-во ЛКА, 2016. – 484 с.

4. Продукт або послуга: конкуренція і бенчмаркінг. // [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/benchmarking-ua>

5. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації./ О.С. Шнипко – К.: Наук. Думка, 2003. – 334 с.:іл. – Бібліогр.: с. 322-336.

6. Competitive Benchmarking: What It Is and How To Do It //[Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.brandwatch.com/blog/competitive-benchmarking-defined-how-to-do-it/>

7. Karlof B., Ostblom S., (1995) Benchmarking - rownaj do najlepszych, Warszawa: Biblioteka Menadzera i Bankowca.

8. Mikulski H., Mikulska A., (2006) Benchmarking jako nowoczesna metoda zarzqdzania przedsqbiorstwem, “Monitor Rachunkowosci i Finansow”, nr 6.

9. Tomaszewski A., (2013) Problemy i metody w zarzadzaniu organizacjami, czylijak sprawnie zarzqdzac wspolczesnymi organizacjami, Toruri: Wydawnictwo Adam Marszalek.