

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ

Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва

Кафедра маркетингу

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання курсової роботи
з дисципліни
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітня програма Маркетинг



Київ – 2023

Виноградова О.В., Писар Н.Б., Совершенна І.О., Іртлач М.О., Снітко А.С.
**Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни
«Конкурентоспроможність підприємства»** Київ, 2023. 20 с.

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» складено відповідно до навчального плану, профілю освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Методичні рекомендації включають в себе загальні вказівки щодо написання курсових робіт з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства»: мету та завдання до виконання курсової роботи; вимоги до оформлення курсової роботи; вимоги до добросовісності виконання роботи; приклади складання плану курсової роботи; порядок захисту курсової роботи та критерії її оцінювання.

*Рекомендовано Вченою радою Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва Державного університету інформаційно-
комунікаційних технологій*

@ Державний університет інформаційно-
комунікаційних технологій, 2023

@ Виноградова Олена Володимирівна, 2023

@ Писар Надія Богданівна, 2023

@ Єсмаханова Алуа Умурзаківна, 2023

@ Іртлач Михайло Олександрович, 2023

@ Снітко Артем Сергійович, 2023

ЗМІСТ

	стор.
Вступ	4
Розділ 1. Методичні вказівки до виконання курсової роботи	6
1.1 Зміст і структура роботи	6
1.2. Вимоги до оформлення курсової роботи	10
1.3. Захист курсової роботи	13
Розділ 2. Тематика курсових робіт	17
Розділ 3. Приклади складання плану курсової роботи.	18
Рекомендована література.	19

ВСТУП

Виконання курсової роботи з курсу «Конкурентоспроможність підприємства» є складовою навчального процесу.

Мета курсової роботи – сприяти розвитку творчих навичок здобувачів вищої освіти, закріпити, поглибити і узагальнити теоретичні знання, набуті здобувачами у процесі вивчення курсу, і виробити вміння застосовувати їх при практичному вирішенні питань щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У процесі виконання курсової роботи здобувач повинен самостійно знайти та вивчити літературу з обраної теми, узагальнити кращий вітчизняний та зарубіжний досвід діяльності підприємств, здійснити відповідний аналіз статистичних даних роботи підприємства, показати вміння вирішувати маркетингові завдання, застосовувати теоретичні положення у вирішенні конкретних проблем підприємства. Це дозволяє отримати навички проведення наукового дослідження, самостійного творчого логічного мислення

Завдання курсової роботи:

- систематизація та поглиблення теоретичних і практичних знань з дисципліни, їх застосування при вирішенні конкретних практичних завдань;
- закріплення навичок самостійної роботи;
- оволодіння методикою дослідження, узагальнення та логічного викладу матеріалу.

У курсовій роботі здобувач повинен показати:

- міцні теоретичні знання з обраної теми і проблемний виклад теоретичного матеріалу;
- вміння підібрати, проаналізувати і узагальнити літературні джерела та фондові матеріали, вирішувати практичні завдання, робити висновки і пропозиції;

- навички проведення економічного аналізу та розрахунків, володіння сучасними інформаційними технологіями;
- вміння застосовувати методи оцінки економічної та соціальної ефективності пропонованих заходів.

Загальні вимоги до курсової роботи:

- цільова спрямованість;
- чіткість побудови;
- логічна послідовність викладу матеріалу;
- глибина дослідження і повнота висвітлення питань;
- переконливість аргументацій;
- стислість і точність формулювань;
- конкретність викладу результатів роботи;
- доказовість висновків і обґрунтованість рекомендацій;
- грамотне оформлення.

РОЗДІЛ 1
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ПО ВИКОНАННЮ КУРСОВОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

1.1 Зміст і структура роботи

В розробці плану курсової роботи, викладі матеріалів потрібно дотримуватись певної послідовності.

Курсова робота повинна включати розділи:

Розділ 1. Теоретична частина.

Розділ 2. Проблемно-аналітична частина.

Розділ 3. Прикладна частина.

Висновки.

Список використаної літератури.

Додатки (практичний матеріал, використаний в роботі).

У **ВСТУПІ** необхідно обґрунтувати актуальність теми курсової роботи, її практичне і теоретичне значення, сформулювати мету та завдання роботи, визначити методи їх рішення. Крім того, у вступі вказується, на яких матеріалах виконується дослідження, надається стисла характеристика об'єкта дослідження, вказуються очікувані результати дослідження та можливість їх подальшого застосування.

При написанні вступу рекомендується додержуватися наступної послідовності.

Актуальність теми. Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими розв'язаннями обраної проблеми обґрунтовують актуальність та доцільність роботи. При висвітленні стану досліджуваної проблеми слід назвати авторів, які внесли найбільш значний вклад в розробку проблеми. Обґрунтування актуальності не повинно бути багатослівним.

Мета і завдання роботи. Формулюють мету роботи і завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети. Не слід формулювати

мету як "Дослідження...", "Вивчення...", тому що ці слова вказують на спосіб досягнення мети, а не на саму мету. Завдання, які ставляться в роботі, повинні відповідати цілям дослідження. Як правило, виходячи із завдань дослідження, будується структура роботи. Тому завдання дослідження відповідають змісту розділів і підрозділів курсової роботи.

Об'єкт дослідження – це процес або явище, яке обране для вивчення та породжує проблемну ситуацію. В курсовій роботі об'єктом дослідження є конкурентоспроможність підприємства (організації, установи, бізнесу, продукту тощо), за матеріалами якого виконується робота.

Предмет дослідження – конкретна проблема, що міститься в межах об'єкта дослідження. Предмет дослідження визначає тему курсової роботи. Наприклад, особливості конкурентної стратегії підприємства, вплив конкурентної політики держави на розвиток конкурентних відносин, вплив інновацій на зростання конкурентоспроможності бізнесу тощо.

Методи дослідження. Подають перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої в роботі мети. Слід перелічити використані методи дослідження з посиланням на конкретні завдання, що виконувалися за допомогою цих методів: "У роботі використано такі методи дослідження, якдля визначення.....".

Практичне значення одержаних результатів. У роботі слід навести рекомендації щодо практичного використання одержаних результатів, а також очікуваний ефект від впровадження результатів дослідження.

Джерелами інформації при написанні курсової роботи мають бути:

- закони, підзаконні акти, накази, які стосуються тематики курсової роботи;
- нормативно-довідковий матеріал;
- планові та звітні документи об'єкту дослідження, які не становлять комерційної таємниці (форми та звіти, які подаються до податкових органів, баланс підприємства);
- документи, що використовуються в системі управління підприємством;
- дані власних спостережень і маркетингових досліджень.

У першому розділі рекомендується звернути увагу на теоретичну складову даної теми і викладу точок зору на неї видних учених-економістів. Ця глава повинна містити опис суті досліджуваної проблеми і її роль в системі маркетингу підприємства.

Перший розділ носить теоретичний характер і повинен містити глибокий всебічний аналіз стану досліджуваної проблеми на основі пророблення, систематизації й осмислення літературних джерел. Крім того, інформаційною базою для його написання обов'язково повинні служити Закони і підзаконні акти України, що характеризують сучасний стан в досліджуваній сфері.

У ході написання першого розділу здобувач повинен продемонструвати вміння виділяти в досліджуваній проблемі головні, опорні питання, аналізувати й узагальнювати їх із застосуванням інструментарію маркетингових досліджень.

Здобувач повинен ясно представляти, що проблема - це теоретичне чи практичне питання, що вимагає вирішення. Тому в роботі необхідно не тільки поставити конкретні питання, але й досліджувати шляхи і методи їх вирішення.

При характеристиці ступеня розробленості обраної проблеми здобувачу варто зупинитися на питаннях, які носять дискусійний, спірний характер, а також, які отримали визнання й поширення на практиці, не вивчених у даний час і потребуючих детального пророблення. На основі даного угруповання здобувач повинен обґрунтувати новизну своєї роботи, охарактеризувати те коло питань, які дістануть розробку в ході дослідження.

У цьому ж розділі необхідно дати обґрунтування і розкрити економічну природу показників для аналізу маркетингової діяльності об'єкта дослідження.

Обсяг розділу 10-15 сторінок..

Другий розділ, аналітичний, включає аналіз діяльності об'єкта дослідження. Розділ може бути виконаний у вигляді двох - трьох підрозділів з метою розкриття стану питань, що досліджуються на підприємстві (в галузі), виявлення позитивних і негативних сторін діяльності. На початку розділу потрібно привести загальну характеристику об'єкта дослідження, в якому

викладаються відомості про продукцію, що виготовляється, організацію технологічного процесу, структуру управління, організаційний механізм маркетингу на підприємстві з врахуванням специфіки галузі та надаються основні техніко-економічні показники. Причому динаміка показників приводиться за декілька останніх років, а поглиблений аналіз, включаючи впливи різних чинників на показник, що досліджується за звітний рік в порівнянні з попереднім або плановим. Обсяг розділу 10-15 сторінок.

Третій розділ за глибиною викладу питань має бути центральним. Він включає узагальнення теоретичного матеріалу, проведеного аналізу і розкритих при цьому резервів, пропонуються шляхи вирішення питань, які досліджуються, обґрунтовуються маркетингові заходи щодо посилення конкурентоспроможності підприємства. Основними розрахунковими показниками є прибуток, окупність витрат на розробку і впровадження маркетингових заходів, підвищення якості продукції, зниження витрат і інші.

Доцільність і реальність заходів, що рекомендуються, має бути підкріплена відповідними фактичними даними. Обсяг розділу 5-10 сторінок.

Залежно від особливостей теми вміст останніх двох розділів може бути зміненим за рахунок детальнішого розгляду одних питань і виключення інших, які в умовах конкретного підприємства не мають істотного значення.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ є логічним завершенням курсової роботи. У ньому необхідно коротко сформулювати основні положення роботи. У стислій формі зробити висновки з матеріалу, викладеного в проблемно-аналітичній частині роботи. Висновки варто формулювати чітко, без зайвої деталізації. Пропозиції даються також стисло з ухилом на конкретні заходи для поліпшення стану досліджуваних параметрів конкретного підприємства. Варто уникати загальних слів, типу "поліпшити", "підсилити", "підвищити" без підтвердження конкретними пропозиціями і заходами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ повинен містити перелік книг, статей, методичних і офіційних матеріалів, використаних при виконанні роботи. Джерела потрібно розташовувати за алфавітом або в порядку появи

посилань в тексті. Список літератури повинен включати не менше 15 використаних джерел, на які в тексті курсової роботи мають бути зроблені посилання. Курсова робота, виконана з використанням застарілих джерел інформації, викладачем не аналізується і не оцінюється.

1.2. Вимоги до оформлення курсової роботи

Курсова робота оформлюється на аркушах формату А4 через 1,5 інтервали із розрахунку 28–30 рядків на сторінці, шрифтом Times New Roman, 14 пт. Текст розміщується на сторінці, залишаючи береги таких розмірів: верхній, нижній – 20 мм, правий – 10–15 мм, лівий – 20–25 мм.

Об'єм курсової роботи – не більше 40 сторінок. Формат листів А4.

Після титульного аркушу розміщують послідовно: *зміст, вступ, перший, другий, третій розділи, висновки і пропозиції, список використаної літератури.*

Заголовки структурних частин роботи (“ЗМІСТ”, “ВСТУП”, “РОЗДІЛ” та ін.) друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів – маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Номер розділу ставлять після слова “РОЗДІЛ”, після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу. Відстань між заголовком та текстом повинна дорівнювати 2 - 3 інтервалам.

Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Всі сторінки роботи підлягають нумерації на загальних засадах. Сторінки нумерують арабськими цифрами у правому верхньому куті аркушу без крапки в кінці.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка, наприклад: “2.3.” (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок. В кінці заголовка підрозділу крапку не ставлять.

Ілюстрації (фотографії, рисунки, схеми, графіки, діаграми) і таблиці необхідно подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації позначають словом “Рис.” і нумерують послідовно в межах розділу. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: “ Рис. 1.2 ” (другий рисунок першого розділу).

Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією. У тому місці, де викладається тема, пов’язана з ілюстрацією, і де треба вказати на неї, розміщують посилання у вигляді виразу у круглих дужках “ (рис. 3.1) ” або зворот типу: “ ...як це видно з рис. 3.1 ” .

Таблиці нумерують послідовно в межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис “Таблиця” із зазначенням номера. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: “Таблиця 1.2” (друга таблиця першого розділу).

При перенесенні частини таблиці на іншу сторінку слово “Таблиця” і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова “Продовження табл.” і вказують номер.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово “Таблиця” починають з великої літери. На всі таблиці роботи повинні бути посилання в тексті, при цьому слово “таблиця” пишуть скорочено, наприклад: “ ... в табл. 1.2 наведені ... ”.

Формули і рівняння в роботі (за винятком формул і рівнянь, наведених у додатку) варто нумерувати порядковою нумерацією в межах розділу.

Номер формули і рівняння складається з номера розділу і порядкового номера формули чи рівняння, розділених крапкою, наприклад, формула (1.3.) третя формула першого розділу.

Номер формули або рівняння вказують на рівні формули або рівняння в дужках у крайньому правому положенні на рядку.

Пояснення значень-символів і числових коефіцієнтів, що входять у формулу або рівняння, варто наводити безпосередньо під формулою в тій же послідовності, у якій вони дані в формулі або рівнянні. Пояснення значення кожного символу і числового коефіцієнта варто давати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають з абзацу словом "де" без двокрапки.

Приклад.

$$\text{Відомо, що } P = \frac{\Pi}{Vm/об} \quad (3.1.)$$

де P – рентабельність; Π – прибуток; $Vm/об$ – обсяг роздрібного товарообігу.

Рівняння і формули треба відділяти від тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули залишають не менше одного вільного рядка.

Посилання в тексті роботи на джерела варто вказувати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, "... у роботі [5] ..."

При цьому оформлення посилання повинно відповідати її бібліографічному опису переліком посилань зі вказівкою номеру.

При посиланнях на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, ілюстрації, таблиці, рівняння, додатки вказують їх номери. При посиланнях варто писати "... у розділі 2 ...", "... на рис. 1.3. ...", "... у табл. 2.2. ...", "... за формулою 2.1. ...", "... у додатку Б..." тощо.

Додатки варто оформляти як продовження роботи на її наступних сторінках, або у вигляді окремої частини, розташовуючи додатки в порядку появи посилань, на них у тексті. Якщо додатки оформляють на наступних сторінках роботи кожен такий додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований вгорі малими літерами з першої прописної, симетрично щодо тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими буквами з першої прописної повинно бути написано слово "Додаток ___" і прописна буква, що позначає додаток. Додатки варто позначати послідовно прописними буквами Українського алфавіту, наприклад, додаток А, додаток Б тощо.

1.3 Захист курсової роботи

Курсова робота подається викладачеві-керівнику для перевірки до початку залікового тижня. Після перевірки вона повертається здобувачу для доопрацювання і підготовки до захисту.

На захисті роботи здобувач робить стислу (не більше 5 хв.) доповідь, в мають бути відбиті головні думки, положення і висновки роботи, і відповідає на запитання теоретичного і практичного характеру, що задаються викладачем.

Шкала оцінювання

Рейтинговий показник	Оцінка у національній шкалі	Оцінка ECTS для іспиту
90-100	5 (відмінно)	A (відмінно (<i>excellent</i>) – відмінне виконання з незначними помилками.)
82-89	4 (добре)	B (дуже добре (<i>very good</i>) – вище середніх стандартів, але з деякими помилками)
75-81		C (добре (<i>good</i>) – в цілому змістовна робота зі значними помилками)
69-74	3 (задовільно)	D (задовільно (<i>satisfactory</i>) – чітко але зі значними недоліками)
60-68		E (достатньо (<i>sufficient</i>) – виконання відповідає мінімальним критеріям)
35-59	2 (незадовільно)	FX (незадовільно (<i>fail</i>) – необхідна ще певна робота для зарахування кредиту)
1-34	-	F (незадовільно (<i>fail</i>) – необхідна ще певна робота для зарахування кредиту)

При оцінці роботи до уваги беруться наступні критерії: повнота розкриття теми і розгляд відповідної проблеми; глибина використаних знань по теорії стратегічного маркетингу при розгляді конкретної проблеми; склад і об'єм літератури, що пропрацювала; правильність проведених розрахунків по досліджуваному об'єкту; теоретична і практична повнота і істотність висновків і рекомендацій по даному підприємству; уміння здобувача формулювати суть питання, розкривати, доводити і відстоювати свою точку зору на проблему під час захисту.

Рейтинговий показник	Оцінка ECTS	Опису національної шкали	Критерії оцінювання
90-100	A (відмінно)	Відмінно (A)	Курсова робота/проект виконана у повній відповідності до вимог завдання, державних норм, робочої програми дисципліни та методичних вказівок до виконання курсової роботи; Зміст графічних матеріалів відображає результати, які отримані в розрахунковій частині та оформлено згідно нормативних вимог; Здобувач показав глибокі теоретичні знання з даної дисципліни, оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, творчо осмислювати, обґрунтувати основні рішення; Самостійно, досконало виконав розрахунки, креслення, продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів з практичним застосуванням; Використав сучасні комп'ютерні програми; Виконав роботу грамотно, літературною українською мовою; Оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін; Доповідь і захист роботи обґрунтовані, виявлені комплексні знання зі спеціальних дисциплін стосовно теми курсового проекту, впевнено і обґрунтовано відповів на запитання членів комісії.
82-89	B (добре)	Добре (B)	Курсова робота/проект виконано у повній відповідності з завданням, вимогами державних норм, робочої програми дисципліни та методичних вказівок до виконання курсової роботи/проекту; Зміст графічних матеріалів відображає результати, які отримані в розрахунковій частині та оформлено згідно нормативних вимог; Здобувач показав досить глибокі теоретичні знання з даної дисципліни, оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, але вагається при виборі основних інженерних, технологічних рішень; Самостійно виконав графічну частину і пояснювальну записку, продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів з практичним застосуванням; Використав сучасні комп'ютерні програми; Виконав роботу грамотно, літературною українською мовою; Оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін; На захисті продемонстрував добрі знання зі спеціальних дисциплін стосовно теми курсового проекту з теми
75-81	C (добре)	Добре (C)	Курсова робота/проект виконана у повній відповідності до вимог завдання, державних норм, робочої програми дисципліни та методичних вказівок до виконання курсової роботи/проекту; Зміст графічних матеріалів відображає результати, які отримані в розрахунковій частині. Здобувач показав добрі теоретичні знання з даної дисципліни, оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, але вагається при виборі основних інженерних, технологічних рішень; Самостійно виконав графічну частину і пояснювальну записку, але допустив дві-три незначні помилки в кресленні чи пояснювальній записці. Продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів з практичним застосуванням, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування; Використав сучасні комп'ютерні програми; Виконав роботу грамотно, українською мовою; Оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін; На захисті продемонстрував добрі знання з теми дослідження, відповів на запитання членів комісії з декількома неточностями
64-74	D (задовільно)	Задовільно (D)	Курсова робота/проект виконана з незначними порушеннями вимог завдання, державних норм, робочої програми дисципліни або методичних вказівок до виконання курсової роботи/проекту; В пояснювальній записці чи кресленні виявлені помилки; В розрахунковій частині є надлишок елементів описовості; Добір інформаційних ресурсів та джерел не завжди актуальний та обґрунтований; Є певні помилки в узагальненні отриманих результатів, розумінні міждисциплінарних зв'язків та способах прикладного застосування отриманих знань; Робота подана до захисту у визначений кафедрою термін; Здобувач неясно підготував та виконав доповідь, невпевнено відповідає на основні питання за змістом проекту.
60-63	E (задовільно)	Задовільно (E)	Курсова робота/проект виконана з суттєвими порушеннями вимог завдання, державних норм, робочої програми дисципліни або методичних вказівок до виконання курсової роботи/проекту; В пояснювальній записці та кресленнях виявлені суттєві помилки; Неправильно прийняті конструкторські рішення; Робота подана до захисту з порушенням терміну встановленого кафедрою; У відповідях на запитання членів комісії допущені грубі помилки; Не систематизована доповідь захисту в цілому.
35-59	FX (незадовільно) з можливістю повторного скандування	Незадовільно (FX) - запис у відомості В за лічбовою шкалою не проставляється	Невідповідність змісту і креслень затвердженій темі курсової роботи/проекту; Здобувач в цілому орієнтується в матеріалі дисципліни.
1-34	F (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням	Не допущений (F) - запис у відомості В за лічбовою шкалою не проставляється	Робота не виконана або виконана не самостійно, здобувач не орієнтується в матеріалі дисципліни та курсової роботи/проекту..

РОЗДІЛ 2
ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ З НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

1. Аналіз конкурентів і конкурентного середовища підприємства.
2. Аналіз конкурентного середовища підприємства
3. Вплив PR на конкурентоспроможність підприємства
4. Вплив бренду на конкурентоспроможність підприємства
5. Вплив маркетингової діяльності на конкурентоспроможність підприємства
6. Глобальні конкурентні переваги і конкурентоспроможність підприємства.
7. Джерела конкурентних переваг підприємств у XXI столітті.
8. Діагностика конкурентних ризиків і агресивності конкурентного середовища підприємства.
9. Еволюція економічних концепцій конкуренції.
10. Економічна безпека національного товаровиробника в міжнародній конкуренції.
11. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах асортиментної політики
12. Захист внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції.
13. Захист економічної конкуренції та обмеження монополізму в підприємницькій діяльності.
14. Здійснення комплексної оцінки конкурентоспроможності фірми за показниками динаміки господарської діяльності
15. Здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства
16. Конкурентна діагностика фірми: зміст і форми організації.
17. Конкурентна розвідка: сутність, цілі, методи і прийоми.
18. Конкурентне управління в сучасній концепції менеджменту.
19. Конкурентні війни: сутність, види і особливості ведення.
20. Конкурентні стратегії інноваційного підприємства.
21. Конкурентоздатність нового продукту на підприємстві
22. Конкурентоспроможність підприємства у цифровій економіці.
23. Конкурентоспроможність сфери послуг
24. Конкуренція і природні монополії.
25. Маркетингові комунікації як чинник впливу на конкурентоспроможність підприємства
26. Маркетингові стратегії ринкового лідера
27. Маркетингові чинники конкурентоспроможності підприємства та їх удосконалення
28. Медіапланування та реклама як чинники впливу на конкурентоспроможність

- підприємства
29. Організаційна культура й бізнес-етика як інструменти конкурентного управління.
 30. Платформна конкуренція: сутність й особливості
 31. Попередження конкурентних дій у системі «виробник - споживач продукції (послуг)».
 32. Розроблення конкурентної стратегії цінового лідерства
 33. Розроблення конкурентної стратегії підприємства
 34. Розроблення конкурентної стратегії підприємства.
 35. Розроблення маркетингової конкурентної стратегії підприємства
 36. Роль інновацій у глобальній конкуренції.
 37. Соціальна відповідальність бізнесу в конкурентному середовищі.
 38. Стратегії кооперації в сучасному бізнесі.
 39. Стратегічні альянси підприємств-конкурентів: сутність, форми, причини створення.
 40. Теорії «багряного» та «блакитного» океанів В. Ч. Кіма і Р. Моборн: сутність, порівняльний аналіз, досвід застосування в бізнес-організаціях.
 41. Трансформація форм і методів забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах війни.
 42. Формування конкурентних переваг на підприємстві та вплив на них рекламної діяльності
 43. Формування конкурентоспроможного персоналу підприємства.
 44. Цифрова конкуренція: сутність й особливості.
 45. Якість бізнес-процесів і конкурентоспроможність підприємства.
 46. Якість товару як атрибут конкурентоспроможності.

Розділ 3

ПРИКЛАДИ СКЛАДАННЯ ПЛАНУ ДЛЯ КУРСОВИХ РОБІТ

Тема: ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ (НА ПРИКЛАДІ ОСП «КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА»)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ТА РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

- 1.1. Економічна сутність конкурентоспроможності. Еволюція поглядів на конкуренцію
- 1.2. Маркетингова стратегія підприємства
- 1.3. Напрями стратегічного розвитку відповідно до конкурентної позиції підприємства

РОЗДІЛ 2. ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ОСП КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА» НА РИНКУ СВІТЛОТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

- 2.1. Комплексний аналіз маркетингової діяльності підприємства
- 2.2. Дослідження маркетингового середовища підприємства
- 2.3. Аналіз конкурентної позиції підприємства на досліджуваному ринку

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ОСП КОРПОРАЦІЇ «ВАТРА»

- 3.1. Оцінка бізнес-портфелю досліджуваного підприємства
- 3.2. Пріоритетні напрями стратегічного розвитку ТОВ «ОСП Корпорація ВАТРА»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: *Учебний посібник* К.: Кафедра, 2013. https://duikt.edu.ua/uploads/1_1662_61459004.pdf
2. Гусева О.Ю., Воскобоева О. В., Легомінова С.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т. Б. Статистичне моделювання та прогнозування економічних процесів: *компендіум*, Київ: Державний університет телекомунікацій. 2019. 225 с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/738/view/1750>
3. Гусева О.Ю., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Економічна діагностика: *навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2021. 140с. http://dn.dut.edu.ua/pluginfile.php/50277/mod_resource/content/1/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%B5%20%D0%95%D0%94.pdf
4. Гусева О.Ю., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Планування діяльності підприємства: *навчальний посібник*. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. 135с. Режим доступу: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/96/view/2154>
5. Гусева О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Засади відкриття власного бізнесу.: *навч. посібник*, Київ. 2018, 120с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/738/view/1651>
6. Гусева О.Ю., Ромащенко О.С., Воскобоева О. В. Економіка підприємств ІТ-бізнесу: *навч. посібник*, Київ: ДУТ, 2020. 232
7. Гусева О.Ю., Ромащенко О.С., Воскобоева О. В., Голобородько А.Ю., Хлевицька Т. Б. Економіка підприємства: *навч. посібник*, Київ: ДУТ, 2020. 271 с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/96/view/2169>
8. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. <https://bit.ly/3nAjb2o>
9. Економіка підприємництва : підручник / за ред. проф. Л. В. Фролової. Одеса : Бондаренко М. О., 2020. 708 с.

10. Конкуентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
https://duikt.edu.ua/uploads/1_1766_81188412.pdf
11. Конкуентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк – Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
12. 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.
https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/5049/1/Upravl_Konkur ent_22-11-22.pdf
13. Ромащенко О.С., Воскобоева О.В., Бізнес-діагностика: навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2021. 147с. URL:
http://dn.dut.edu.ua/pluginfile.php/47524/mod_resource/content/1/Бізнес%20діагностика.pdf
14. Сіваченко І. Ю., Козак Ю. Г., Логвінова Н. С. та ін. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: Кредитно-модульний курс: Навч. посіб. / За ред. І. Ю. Сіваченка, Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. 3-тє вид. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 312 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_1481_37704933.pdf
15. Цибульська Е.І.. «Конкуентоспроможність підприємства». навчальний посібник. Харків- 2018. 320 с.
<https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2273/view/1767>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Google Scholar або Google Академія: пошукова система і некомерційна бібліометрична база даних, що індексує наукові публікації та наводить дані про

їх цитування URL : <https://scholar.google.com.ua/>

2. Електронний каталог Національної парламентської бібліотеки України [політемат. база даних містить відом. про вітчизн. та зарубіж. кн., брош., що надходять у фонд НПБ України]. – Електронні дані (803 438 записів). Київ: Нац. парлам. б-ка України, 2002-2015. URL : catalogue.nplu.org .
3. Законодавство України. URL : <http://www.rada.kiev.ua>; <http://www.nau.kiev.ua>; <http://www.ukrpravo.kiev.com>; <http://www.liga.kiev.ua>.
4. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського URL : <http://www.nbuv.gov.ua>.
5. Національна парламентська бібліотека України. URL : <http://www.nplu.kiev.ua>
6. Національний стандарт України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. URL : <http://lib.pnu.edu.ua/files/dstu-8302-2015.pdf>
7. Харківська державна наукова бібліотека ім. Короленка. URL : <http://korolenko.kharkov.com>