

## Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 1 «Бенчмаркінг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	2 (3 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 28 год, практ. – 26 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і маркетингу <b>Сак Тетяна Василівна</b>
<b>Короткий опис</b>	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу.
Що буде вивчатися	Поняття «бенчмаркінг»: суть, зміст, цілі і завдання. Бенчмаркінг в системі управління підприємством. Механізм бенчмаркінгових досліджень. Методи збору інформації для проведення бенчмаркінгу. Бенчмаркінг і веб-маркетинг. Діагностика конкурентного середовища підприємства та інтенсивності конкуренції на ринку. Діагностика потенціалу підприємства. Конкурентоспроможність товару та методи її оцінки. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Світові практики бенчмаркінгу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення дисципліни «Бенчмаркінг» допоможе студентам на практиці здійснювати порівняльний аналіз фірм-конкурентів, аналізувати їх «сильні» та «слабкі» сторони. Здобувачі навчатися 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);

	розробляти на основі проведеного аналізу заходи підвищення рівня конкурентоспроможності бізнесу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p>
Інформаційне забезпечення та/або web-посилання	Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок
Здійснити вибір	<a href="#"><u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u></a>