НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

Силабус навчальної дисципліни

«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОБ'ЄКТІВ»
«MANAGING THE COMPETITIVENESS OF OBJECTS»

Освітньо-наукова програма: «Маркетинг»
Спеціальність: D5 Маркетинг
Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента вибору фахового переліку
Курс	1 (перший)
Семестр	2 (другий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 год.
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	процес формування конкурентних стратегій підприємств і прийняття рішень стосовно роботи суб'єкта господарювання на різних ринках з урахуванням конкурентної складової та особливостей конкурентної поведінки на сучасному етапі, формування оптимальних стратегії українських ринкових об'єктів в т.ч. на ринку авіаційних послуг.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентоспроможністю об'єктів в сучасних умовах господарювання
Чому можна навчитися (результати навчання)	**РН01.** Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. **РН02.** Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми з маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. **РН03.** Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані. **РН04.** Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. **РН07.** Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях. **РН10.** Планувати і виконувати експериментальні та / або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних

	інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проєктів.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	**Інтегральна компетентність:** **ІК.** Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. **Загальні компетентності:** **ЗК01.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу **ЗК02.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел **ЗК04.** Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності. **Спеціальні (фахові) компетентності:** **СК01.** Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямах. **СК02.** Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень. **СК03.** Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси, економіко-математичні методи. **СК07.** Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. **СК11.** Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку. **СК12.** Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку.
Навчальна логістика	**Зміст дисципліни:** Конкурентоспроможність як категорія і як властивість об'єкта, що функціонує в умовах ринку. Конкурентне середовище ринкових об'єктів. Конкурентні переваги підприємств. Конкурентні стратегії. Конкурентоспроможність товару та методи її оцінки. Система та процес управління конкурентоспроможністю об'єктів. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності об'єктів. Менеджмент якості як фундамент забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства **Види занять:** лекції, практичні. **Методи навчання:** метод проблемного викладу, семінар-дискусія та дебати; дослідницький метод, інтерактивні методи навчання. **Форми навчання:** очна / заочна.

Пререквізити (основні)	Базується на дисциплінах: «Філософія науки», «Правове забезпечення наукових досліджень», «Проєктне та економічне забезпечення наукових досліджень», «Інформаційне забезпечення наукових досліджень», «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу», «Глобальний маркетинг»	
Пореквізити (основні)	Знання можуть бути використані під час здійснення практичної професійної діяльності, написання дисертаційної роботи.	
Інформаційне забезпечення	**Навчальна та наукова література:** 1. 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. 2. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с. 3. Лук'янчук, О. М., & Ніколаєва, Є. В. (2024). Система управління конкурентоспроможністю підприємства: наукові підходи та практичні виклики. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*, 110–116. https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-3-4-316-317-110-116 4. Полоус О.В., Михальченко І.Г. Конкурентні стратегії підприємств в кризовий період: маркетинговий аспект авіакомпаній. *Review of transport economics and management*. Вип. 9(25), 2023. С. 50-56. DOI: https://doi.org/10.15802/rtem2023/278427 5. Polous O., Lyshylenko Yu. Analysis of the airline's service complex potential for diversification. *Підприємництво та інновації*. 2024. Вип. 32. С. 21-26. DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/32.3 6. Полоус О.В., Михальченко І.Г., Вітюк М.О. Дослідження складових успішної маркетингової стратегії інноваційних продуктів на ринку IT для забезпечення сталого розвитку підприємств. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2025. Вип. 3 (80). С. 415-420. DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.80-71 7. Яременко С. С. Управління конкурентоспроможністю підприємства з використанням інструментарію маркетингової комунікаційної політики. *Економічний простір.* 2025. № 201. С. 378–384. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.201.378-384.	
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, Імерсивно-мультифункціональний хаб, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання.	
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульна контрольна робота, диференційований залік	
Кафедра	Кафедра маркетингу	
Факультет	Факультет менеджменту, фінансів та маркетингу (ФМФМ)	
Викладач		**РЕБРИНА АННА МИКОЛАЇВНА** **Посада:** доцент кафедри маркетингу **Науковий ступінь:** кандидат економічних наук **Вчене звання:** доцент **Профіль викладача:** https://fmfm.kai.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/slobodianyk-anna-mykolaivna **Тел.:** (044) 206-74-98 **E-mail:** anna.slobodianyk@npp.kai.edu.ua

		Робоче місце: 2.203
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс	
Лінк на дисципліну	Після формування групи слухачів створюється кабінет в Google Classroom з необхідними матеріалами для навчання	
Максимальна кількість слухачів	50	