

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Навчально-науковий інститут мистецтв

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Конкуренція в сервісній діяльності

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень

Освітня програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність «D3 Менеджмент»

Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Затверджено на засіданні кафедри
управління соціокультурною
діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту
Протокол № 1 від «26» серпня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Конкуренція в сервісній діяльності
Викладач (-і)	Дутчак Олена Іванівна, кандидат історичних наук, доцент кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту
Контактний телефон викладача	+380980623468
Е-mail викладача	olena.dutchak@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Теоретико-методологічні основи конкуренції. Конкурентноспроможність як характеристика фірми, що функціонує в умовах ринку. Конкурентне середовище фірми. Сучасні теорії конкуренції. Державне регулювання конкуренції. Соціальна відповідальність і конкурентноспроможність підприємства. Конкурентна перевага й конкурентні ходи. Формування конкурентних переваг фірми. Проблеми конкуренції на міжнародних ринках. Методологічні підходи до розроблення та оцінки ефективності стратегій конкурентноспроможності</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Курс спрямований на вивчення загальних понять соціокультурної сфери, ознайомлення з основними формами навчальної та наукової діяльності студентів під час навчання в університеті.</p> <p>Мета викладання навчальної дисципліни «Конкуренція в креативних індустріях» - формування у студентів знань щодо вимог до підготовки фахівця у відповідності з побудовою вищої освіти і наукових досліджень, формування первинних знань з основ менеджменту соціокультурної діяльності та навичок навчально-наукової діяльності.</p> <p>Завданнями вивчення дисципліни «Вступ до фаху» є теоретична та практична підготовка студентів напряму підготовки «Менеджмент соціокультурної діяльності» з питань: теоретико-методологічні основи конкуренції; конкурентноспроможність як характеристика фірми, що функціонує в умовах ринку; конкурентне середовище фірми; сучасні теорії конкуренції; державне регулювання конкуренції. соціальна відповідальність і конкурентноспроможність підприємства; конкурентна перевага й конкурентні ходи; формування конкурентних переваг фірми; проблеми конкуренції на міжнародних ринках. методологічні підходи до розроблення та оцінки ефективності стратегій конкурентноспроможності.</p>	
4. Програмні компетентності та результати навчання	

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати 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.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК13. Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності.

СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс	Нормативний / вибірковий
		(рік навчання)	
7	D3 «Менеджмент»	7	Вибірковий

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Теоретико-методологічні основи конкуренції	2	2	7
Тема 2. Конкурентноспроможність як характеристика фірми, що функціонує в умовах ринку	2	2	7

Тема 3. Конкурентне середовище фірми	2	2	7
Тема 4. Сучасні теорії конкуренції	-	4	7
Тема 5. Державне регулювання конкуренції	2	2	7
Тема 6. Соціальна відповідальність і	2	2	7
Тема 7. Конкурентна перевага й конкурентні ходи	2	2	9
Тема 8. Проблеми конкуренції на міжнародних ринках.	2	2	9
ЗАГ.	12	18	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання курсу	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поточний; • підсумковий семестровий (підсумкова контрольна робота). <p>Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – A, B, C, D, E, FX, F).</p> <p>Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях. Оцінки у національній шкалі, отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи (питома вага оцінки – 40%).</p> <p>Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі письмової контрольної роботи. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 30 балів.</p>
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота включає певні теми завдань за тематикою курсу.
Практичні заняття	Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються й множаться на коефіцієнт.
Умови допуску до підсумкової контролю	Отримання інтегральних результатів до останнього заняття – 25 балів. Студентам, які мають пропуски, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

7. Політика навчальної дисципліни

Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 4 сторінок
Академічна доброчесність	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» і опубліковано їх на сайті. В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом вашої розумової праці та творчості. Якщо ви подали роботу когось іншого, повністю або частково, без належного цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі)
Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження) згідно «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)».
Неформальна освіта	Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus та інші, як і за тематикою відповідають програмі навчальної дисципліни.

8. Рекомендована література

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. №2210-111 : веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>
2. В.А. Венцок В.А. Конкуренція і монополія та їх роль у розвитку ринкової економіки . URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2be36ab8-463c-4663-a020-3c239e31a4b6/content>
3. Конкурентоспроможність підприємства: підручник / П. І. Юхименко, М. В. Вихор, Ю. С. Гринчук, Н. В. Коваль, Л. П. Хахула, О. І. Шемігон та ін.; за заг. ред. д. е. н., професора, академіка НААН України А. С. Даниленка. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 320 с.
4. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Лизак М.П., Материнська О.А., Гринів Л.В. Сучасні тенденції у менеджменті: перехід до гібридної робочої моделі та дистанційного управління. Цифрова економіка та економічна безпека. Вип. 8 (08). 2023. С. 29-36.
6. Гринів Л.В., Михайлів Г.В. Особливості ЗЕД підприємств України в умовах глобалізації та воєнного стану. Наукові інновації та передові технології. № 14 (28). 2023. С. 74-84.
7. Tkach, L. Hryniv, N. Mykhailiv. Logistical outsourcing as an effective enterprise activity mechanism rising. Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. Vol. 7, No. 3, 2020. P.97-115.
8. Vasylytsiv T. Economy's innovative technological competitiveness: Decomposition, methodic of analysis and priorities of public policy / Vasylytsiv T., Irtyshcheva I., Lupak R., Popadynets N., Shyshkova Y., Boiko Y., Ishchenko O. // Management Science Letters. 2020. Vol. 10. No. 13. P. 3173-3182.
9. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL:

<https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>

Інтернет ресурси

10. Coursera / EdX (Онлайн-платформи). Провідні світові онлайн-курси та спеціалізації з маркетингу та бізнесу. URL: <https://www.coursera.org/> або <https://www.edx.org/>

11. Digital Marketing Institute (DMI) (Освітня платформа). Професійні сертифікаційні програми та ресурси з глобального цифрового маркетингу. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/>

12. Euromonitor International (Аналітична компанія). Глобальні ринкові дослідження та аналітика споживчих тенденцій, ключові для стратегічного планування. URL: <https://www.euromonitor.com/>

13. Google Market Finder / Think with Google (Аналітичні інструменти Google). Інструменти для пошуку нових ринків та інсайтів щодо глобальних цифрових тенденцій. URL: <https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/>

14. Hofstede Insights (Організація). Ресурси та інструменти для аналізу культурних вимірів, необхідних для крос-культурного маркетингу. URL: <https://www.hofstede-insights.com/>

15. International Trade Centre (ITC) (Міжнародна організація). Інструменти та інформація для сприяння торгівлі та виходу на міжнародні ринки: <https://www.intracen.org/>

16. Statista (Статистичний портал). Зведена статистика, інфографіка та ринкові дані з різних галузей та країн. URL: <https://www.statista.com/>

17. UNdata (United Nations Statistical Common Database) (Організація Об'єднаних Націй). Зведені статистичні дані з економічних, соціальних та демографічних питань. URL: <http://data.un.org/>

Дутчак О.І. – к.і.н., доцент кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту