

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

**Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра музейно-туристичної діяльності**

СИЛАБУС

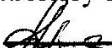
КОНКУРЕНТНИЙ МАРКЕТИНГ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Галузь знань	02	Культура і мистецтво
Освітньо-професійна програма		Менеджмент соціокультурних проєктів
Спеціальність	028	Менеджмент соціокультурної діяльності
Рівень вищої освіти		другий (магістерський)


ХДАК, 2024

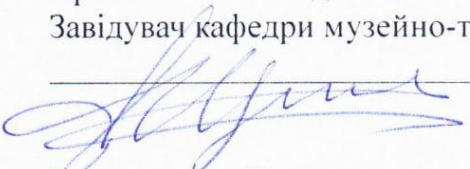
Силабус склав:
Афенченко Г.В., канд. соціолог. наук, доцент

Мова навчання – українська.


Силабус затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 15 серпня 2024 р
Завідувач кафедри менеджменту культури
та соціальних технологій  Геннадій АФЕНЧЕНКО

Силабус затверджено на засіданні ради факультету культурології
та соціальних комунікацій
Протокол № 1 від 26.08.24

Голова ради факультету  Наталя КОРЖИК

Зміни до силабусу затверджені на засіданні кафедри
Протокол № 10 від 20 листопада 2024 р.
Завідувач кафедри музейно-туристичної діяльності
 Анатолій ЩЕРБАНЬ

Зміни до силабусу затверджені на засіданні ради факультету культурології
та соціальних комунікацій
Протокол № 6 від 21.11.24

Голова ради факультету  Наталя КОРЖИК

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КУРС

Назва курсу	<i>КОНКУРЕНТНИЙ МАРКЕТИНГ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ</i>
Викладач (- і)	Геннадій Владленович АФЕНЧЕНКО
Профіль викладача (- ів)	hennadii_afenchenko@xdak.ukr.education , https://ic.ac.kharkov.ua/navchannya/ksk/mtd/afenchenko.html
Контактний телефон та емейл	(093) 9266305 agv2005@ukr.net
Інформація про консультації	код курсу в Classroom: aak6m73 за розкладом, а також у зручний для здобувачів час за домовленістю з викладачем
Логіка вивчення курсу	Пререквізити: Дисципліна знаходиться у тісному зв'язку з такими дисциплінами як «Критичне мислення», «Методи соціальних досліджень» та інші. Постреквізити: Вона є фундаментом та теоретичною основою вивчення в подальшому таких дисциплін як «Економіка креативних індустрій» та ін.

2. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен навчитися орієнтації в наявній соціально-економічній ситуації, аналізувати кон'юнктуру галузевих ринків, а також проводити розробку стратегії поведінки фірми при подоланні вхідних бар'єрів до галузі та накопичувати конкурентні переваги на ринках при сегментації, диференціації продукту, реклами й ціноутворення.

3. МЕТА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Метою вивчення дисципліни різних сферах та галузях діяльності на різних типах ринків. Особливу увагу приділено виявленню причин, що викликають специфіку маркетингу в різних галузях, особливостей маркетингових послуг щодо міжгалузевого переливу капіталу.

4. КОМПЕТЕНТНОСТІ

ЗК2.Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК3.Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК4.Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ФК4.Здатність вирішувати соціокультурні проблеми за невизначених умов і вимог та надавати науково-обґрунтовані, професійні рекомендації та висновки.
ФК6. Здатність швидко адаптуватися до викликів часу, до специфічних умов і напрямів професійної діяльності.
ФК7.Здатність здійснювати експертизу та надавати консультаційну допомогу у розробленні соціокультурних проектів і програм.
ФК11.Здатність розробляти ефективні системи маркетингу соціокультурних продуктів та послуг (просування проектів, програм, акцій, івентів тощо).

4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ПР1. Відшукувати, аналізувати та оцінювати інформацію, необхідну для постановки і вирішення як професійних завдань так і особистісного розвитку.
ПР3.Вміти збирати та інтегрувати докази власної дослідницької позиції, обґрунтовувати

результати соціокультурних практик, презентувати і відстоювати власну думку щодо результатів досліджень та інновацій.

ПР5. Використовувати міждисциплінарний підхід до вирішення складних задач і проблем соціокультурної діяльності.

5. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Ознаки курсу	<i>Обов'язкова, професійна компонента ОПП Менеджмент соціокультурних проектів</i>
Формат курсу	<i>Денна (заочна) форма навчання, 2-й семестр</i>
Обсяг курсу	Кількість кредитів – 3 Загальна кількість годин – 90 Тижневих годин для денної форми навчання - 2 аудиторних – 30 самостійної роботи студента - 60
Технічне і програмне забезпечення	<i>Зазначте обладнання, яке використовується в освітньому процесі</i>
Форми, види навчальних занять та методи навчання	Форми: навчальні заняття, самостійна робота, контрольні заходи Види: лекції, практичні заняття, робота в Інтернеті, самостійна робота. Вивчення навчальних посібників та першоджерел. Виступи з оглядом результатів досліджень. Виконання письмової роботи за темами. Методи: Пояснювально-ілюстративний: лекція, розповідь, бесіда, роз'яснення. Репродуктивний: бесіда, опитування практичні вправи. робота з пропонуваними джерелами. Частково-пошуковий Проблемного викладення: розв'язання ситуацій з просування культурних благ, навчальний диспут
Поточний контроль	Індивідуальне і фронтальне опитування на практичних заняттях, поточне тестування, співбесіда, навчальний диспут. виконання індивідуальних та парних кейсових завдань
Підсумковий контроль	<i>Іспит</i>
Політика курсу	<i>Обов'язковими умовами опанування навчальної дисципліни є:</i> Систематичне виконання усіх поставлених завдань; Дисциплінарні та організаційні вимоги (політика щодо відвідування, використання електронних пристроїв під час занять, їжі та напоїв тощо); Дедлайни, запізнені завдання, пропущені завдання (лікарняні, академічна мобільність та ін.); Дотримання «Правил внутрішнього розпорядку для осіб, які здобувають вищу освіту в Харківській державній академії культури» (https://ic.ac.kharkov.ua/norm_base/pvr/pravila_s_20.pdf); Дотримання академічної доброчесності (інформація щодо академічної доброчесності – сайт ХДАК – https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/acad_dobr/acad_dobr.html ; «Кодекс академічної доброчесності Харківської державної академії культури» (https://ic.ac.kharkov.ua/norm_base/kodeks_ad/kodeks_ad.html); Запобігання / протидія булінгу (цькуванню) — («Положення про політику запобігання і протидії булінгу (цькуванню) у ХДАК» https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_pzpb22.pdf

	<p>Невідкладне вирішення конфліктних ситуацій здійснюється відповідно до «Положення про політику і процедури вирішення конфліктних ситуацій в освітньому процесі в ХДАК» (https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_ppvks2.pdf)</p> <p>Визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здійснюється відповідно до «Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти у ХДАК» (https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_pvrn_23.pdf)</p> <p>Відпрацювання пропущених занять на основі самостійної роботи з наданням відповідних результатів за встановленими формами виконання.</p>
--	--

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем	Разом годин	Лекційні	Семинарські	Практичні	Сам. робота
Тема 1. Значення конкуренції в економічному житті суспільства	9	2	-	-	7
Тема 2. Конкурентоздатність фірми в галузі і шляхи її досягнення	11	2	-	2	7
Тема 3. Дослідження загальногосподарської кон'юнктури	11	2	-	2	7
Тема 4. Вивчення кон'юнктури галузевих товарних ринків	14	4	-	2	8
Тема 5. Інформаційна підтримка конкурентоздатності компанії	9	2	-	-	7
Тема 6. Корпоративні маркетингові стратегії конкурентної поведінки	14	4	-	2	8
Тема 7. Конкурентна політика регіональних адміністрацій в умовах глобалізації	10	2	-	-	8
Тема 8. Державна політика регулювання монополій	12	2	-	2	8
Всього	90	20	-	10	60

7. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Шкала орієнтовного нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:

Письмова відповідь на питання до теми - 6

Доповідь під час семінару — 1-3;

Письмове тестування — до 10 балів

Звіт про виконання самостійної роботи (реферат, есе тощо) – 7-8 балів

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю — до 60 балів.

Підсумковий контроль (іспит) – до 40 балів

Схема нарахування балів, які отримують студенти

<i>T1</i>	<i>T2</i>	<i>T3</i>	<i>T4</i>	<i>T5</i>	<i>T6</i>	<i>T7</i>	<i>T8</i>	Підсумковий	Сума
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------------	------

								<i>контроль</i>	
<i>7 балів</i>	<i>7 балів</i>	<i>7 балів</i>	<i>8 балів</i>	<i>7 балів</i>	<i>8 балів</i>	<i>8 балів</i>	<i>8 балів</i>	<i>До 40</i>	<i>100</i>

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	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

	НАЗВА	Хід виконання роботи	Рекомендована література	Кількість балів, які може отримати здобувач
1	Характеристика конкурентного клімату в галузі	Завдання 1. Виберіть галузь для подальшого обговорення й написання реферату за темою «Конкурентний маркетинг у соціокультурній діяльності»: 1. Виберіть для оглядового аналізу фірму та галузевий ринок її діяльності. 2. Складіть план для аналізу стану конкуренції на обраному ринку. Завдання 2. Виконайте вправу. Вправа: «П'ять складових конкурентної ситуації». Система п'яти складової конкурентної ситуації, сформульована Гарвардським ученим-економістом М. Портером, є дуже корисним інструментом аналізу ситуації в галузі. Краще розуміння складової конкуренції допоможе Вам більш успішно працювати в обраній Вами галузі.	1-6	10
2	Система цінності в галузі. Адаптація фірми до стану конкуренції на	Завдання 1. 1. На підставі даних з попередньої вправи встановить особливості діяльності обраної фірми на відповідному галузевому ринку. 2. Побудуйте «ланцюжок цінності» даного підприємства в системі галузей господарства на прикладі обраної галузі. Завдання 2.	1-6	10

	галузевих ринках	<p>1. Викладете Вашу думку відносно:</p> <p>1. Яке, на Вашу думку, значення конкуренції в економічному житті суспільства:</p> <p>а. активізація творчих сил підприємців б. впровадження відкриттів і винаходів в. метод відбору найбільш ефективних виробників г. надання можливостей новому поколінню підприємців е. інше</p> <p>2. Які фактори, на Вашу думку впливають на стан конкуренції:</p> <p>а. мінливі переваги споживачів б. технологічні зміни в. нові способи в маркетинговій і збутовій діяльності г. втручання держави</p> <p>2. Поясніть в рамках дискусії Вашу точку зору.</p> <p>3. Відзначте відповідність пояснень поняття «конкуренція» поглядам учених-економістів:</p>		
3	Теорія циклічного розвитку та її основні предствники	<p>Завдання 1. Дайте короткі відповіді</p> <p>1. Дайте визначення поняттю «кон'юнктура»</p> <p>2. Перелічіть основні підходи до аналізу кон'юнктурних коливань в економічній теорії:</p> <p>3. Приведіть основні класифікаційні ознаки ринків:</p> <p>4. Перелічіть фази економічного циклу відповідно до теорії циклічного розвитку:</p> <p>5. Які основні постійно діючі фактори визначають характер розвитку економічного циклу:</p> <p>6. Які основні мінливо діючі фактори визначають характер розвитку економічного циклу:</p> <p>7. З яких послідовних етапів полягає процес кон'юнктурних досліджень:</p> <p>8. Перелічіть показники, використовувані для вивчення загальногосподарської кон'юнктури:</p> <p>9. Перелічіть основні групи показників для вивчення кон'юнктури товарного ринку:</p> <p>10. Для дослідження попиту необхідні такі показники:</p> <p>11. Зведений індекс споживчих намірів, що характеризують майбутня поведінка потенційних покупців, включає розрахунки системи індексів:</p> <p>12. Для дослідження пропозиції необхідні такі показники:</p> <p>Завдання 2. Обговорення стану економічної кон'юнктури.</p> <p>1. Підготуйтеся до виступу з оглядом даних державної статистики та інших джерел щодо обраної галузі.</p> <p>2. Виступіть з докладом за темою.</p> <p>3. Відповідь на питання.</p>	1-6	10

4	Класифікація галузевих ринків за показниками кон'юнктури	Завдання 1. Збір даних і розв'язання завдань з аналізу показників кон'юнктури окремих товарних ринків. Завдання 2. Розв'яжіть задачки: 1. Задача Розрахуйте відносні показники динаміки з постійної (ланцюговий) і перемінної (базисної) базою порівняння. 2. Задача Є дані про продаж товару у м. Харків. Визначити середньомісячну реалізацію товару. Побудувати радіальну діаграму відображення даного ряду	1-6	10
5	Стратегія конкурентної поведінки в галузі	Завдання 1. Викладете Вашу думку щодо першопричини : 1. Порушення рівноваги в господарському кругообігу: 2. Виникнення економічних криз: 3. Причин коливань кон'юнктури: Завдання 2. Дайте обґрунтовані відповіді 1. У чому відмінність матриці GE/McKinsey від матриці BCG 2. Перелічіть етапи оцінки привабливості галузі (ринку) в матриці GE/McKinsey 3. Відзначте найбільше точно виражені бізнес стратегії в галузі матриці GE/McKinsey 4. Перелічіть етапи життєвого циклу галузі відповідно до моделі ADL/LC 5. Які економічні показники діяльності фірми відображаються на графіку життєвого циклу галузі відповідно до моделі ADL/ 6. Які етапи стратегічного планування передбачені при застосуванні моделі ADL/LC	1-6	10

10. ПИТАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Характеристика конкурентного клімату в галузі.	7
2	Система цінності в галузі. Адаптація фірми до стану конкуренції на галузевих ринках.	7
3	Джерела інвестиційного капіталу. Проблема оптимізації корпоративних відносин при реформуванні системи галузей національного господарства.	7
4	Теорія циклічного розвитку та її основні представники. Основні показники загальногосподарської кон'юнктури та етапи її вивчення.	7
5	Класифікація галузевих ринків. Використання показників кон'юнктури товарних ринків. Задачі кон'юнктурно-цінової роботи.	8
6	Оцінка впливу факторів, які визначають структуру галузевих ринків та характеристика фірм-конкурентів.	8

7	Оформлення матриці первинного стратегічного аналізу (матриця SWOT-аналізу). Розробка стратегії конкурентного поведіння в галузі.	8
8	Розподіл ефекту від лібералізації міжнародної торгівлі між економічно сильними і слабкими країнами-партнерами. Перспективи перетворення інтегрованих бізнес-груп у багатопрофільні конгломерати.	8
	Разом	60

11. ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОЇ ФОРМИ КОНТРОЛЮ

1. Значення конкуренції в економічному житті суспільства.
2. П'ять складових конкурентного клімату в галузі за М. Портером.
3. Фірма – основний суб'єкт конкурентних відносин.
4. Конкурентні переваги фірми в галузі: складові та джерела виникнення.
5. Система фінансового обслуговування бізнесу. Постачальники та споживачі інвестиційного капіталу.
6. Ринок корпоративного контролю (фондовий ринок). Види злиттів і поглинень та засоби захисту від ворожого поглинання.
7. Сучасні структурні перетворення системи галузей. Формування інтегрованих бізнес-груп.
8. Теоретичні основи вивчення економічної кон'юнктури.
9. Нециклічні кон'юктуроутворюючі фактори.
10. Вивчення загальногосподарської кон'юнктури.
11. Вивчення кон'юнктури окремих товарних ринків.
12. Показники кон'юнктури товарних ринків.
13. Оцінка попиту, пропозиції і збалансованості ринку.
14. Фактори, що впливають на структуру галузевих ринків.
15. Вивчення фірм-конкурентів.
16. Корпоративні маркетингові стратегії конкурентної поведінки: оцінка привабливості галузі (матриця GE/McKinsey).
17. Корпоративні маркетингові стратегії конкурентної поведінки: матриця життєвого циклу галузі (матриця ADL/LC).
18. Стратегії конкурентної поведінки фірми в галузі.
19. Вибір місця базування для філій транснаціональної компанії. Спільна діяльність корпорації і місцевої адміністрації в розвитку регіонального кластеру галузей.
20. Джерела інформаційних ресурсів для розробки конкурентної стратегії фірми.
21. Зовнішні і внутрішні причини структурних змін у системі галузей національного господарства. Роль інновацій: добування соціальної користі і створення конкурентних переваг.
22. Оформлення матриці первинного стратегічного аналізу (матриця SWOT-аналізу).
23. Планування заходів з просування нового продукту: відносини з державою і місцевою спільнотою, відносини з інвесторами, відносини із зайнятими, відносини зі споживачами.
24. Поняття економічного району. Оцінка потенціалу економічного району. «Національний ромб» М. Портера.
25. Конкурентна політика та конкурентне законодавство України.
26. Державне обмеження монополізму у підприємницькій діяльності.
27. Державне регулювання природних монополій.

12. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Обов'язкова

1. Белявцева М. І., Воробйова В. Н. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник Київ : Центр навч. л-ри, 2006.
2. Воронкова В.Г. Маркетинг соціальних послуг [Електронний ресурс]: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2008.
3. Головіна О.Г. Основи соціальної економіки [Електронний ресурс]: навч. посіб. Київ: Центр учб. л-ри, 2013.
4. Ілляшенко С. М. Маркетингові дослідження : навч. посібник Київ : Центр навч. л-ри, 2006.
5. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юктури ринку. Київ : Знання, 2001. 215 с.
6. Полторак В. А. Маркетингові дослідження : навч. посібник Київ : Центр навч. л-ри, 2003.

Додаткова

7. Реверчук С.К., Ковалюк О.М. та ін. Влада. Банки. Бізнес: політекономія взаємодії і розвитку. Київ: Атіка, 2002. 320 с.

Інформаційні ресурси Інтернет

1. Маркетинг в Україні. Періодичне видання
2. Бібліотека Харківської державної академії культури
3. Харківська міська спеціалізована музично-театральна бібліотека імені К. С. Станіславського
4. Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка
5. Маркетинг і реклама. Періодичне видання
6. Маркетингові дослідження в Україні. Періодичне видання