



**Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ОП «МАРКЕТИНГ»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-2	Управління міжнародною конкурентоспроможністю	Вибіркова навчальна дисципліна професійної підготовки	Другий (магістерський)	1	2	4	Диференційований залік

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** денна, заочна

**Види навчальних занять:** лекція, практичне заняття, консультація.

**Методи навчання:** словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

**Оцінювання:** поточне, модульне, підсумкове.

***Загальні компетентності, визначені Стандартом вищої освіти (ЗК)***

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними

***Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)***

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

***Спеціальні (фахові) компетентності за вибірконим блоком (визначені закладом вищої освіти)***

СК1.1. Здатність до ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу

СК1.2. Здатність демонструвати глибокі знання сучасних теоретичних, методологічних, методичних та маркетингових засад функціонування і розвитку ринкової економіки та світового господарства

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

***Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)***

ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

***Програмні результати навчання за вибіркоким блоком дисциплін (визначені закладом вищої освіти)***

ПР 1.1. Вміти налагоджувати професійні комунікації в процесі практичної діяльності на всіх рівнях взаємодії, розробляти стратегію і тактику маркетингових комунікацій суб'єктів ринкових відносин

ПР 1.4. Розуміти шляхи й моделі інтеграції України в європейський та глобальний економічний простір і місце економіки України на світових ринках

ПР.1.5. Вміти відшуковувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних завдань в сфері управління на засадах маркетингу

ПР1.6. Застосовувати отримані знання для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективного ведення бізнесу

**Засоби діагностики успішності навчання:** теоретичні питання, практичні завдання, завдання для проведення письмових модульних контрольних робіт, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

**Зміст курсу:** Конкуренція та міжнародна конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність товару (послуги) як пріоритетний компонент в системі стратегічного менеджменту підприємств. Оптимізація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Галузеві та секторальні імперативи формування конкурентних переваг суб'єктів міжнародних економічних відносин. Регіональні та локальні виміри міжнародної конкурентоспроможності. Кластери у системі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Національні стратегії міжнародної конкурентоспроможності країн. Сучасні конкурентні політики та їх ефективність. Глобальна конкурентоспроможність.

**Методи навчання на лекціях:** вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:** вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

**Методи оцінювання:** для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для модульного контролю у вигляді письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо; для підсумкового контролю проведення диференційованого заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

**Засоби діагностики результатів навчання.** Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за

кжною темою. Модульний контроль передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

**Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль = 30 балів. Самостійна робота = 10 балів.

Модульний контроль = 20 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

**Рекомендована література:**

1. Брюховецкая Н.Е. Конкуренция и соревнование в условиях инновационного развития предприятий /Н.Е. Брюховецкая, И.П.Булеев// Вісник економічної науки України. -№1. 2017. - С.7-15.

2. Бізнес-аналітика в економіці, фінансах, маркетингу та управлінні / навчальний посібник /М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, І.Ю. Штулер, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810с.

3. Маркетинг: підручник /М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, Т.В.Серкутан, Ю.М.Неговська, Я.А.Громова, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810 с.

4. Карапетян Е. Т. Проблеми підвищення конкурентоспроможності національних підприємств / Е. Т. Карапетян / Електронне наукове видання Збірник наукових праць «Сучасні підходи до управління підприємством». – 2016. - №1.

**Викладач: Радзівська Світлана Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент, кафедра міжнародних економічних відносин

**Гарант освітньої програми:**

**Єрмошенко Микола Миколайович**, доктор економічних наук, професор.

