



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

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ**

**ОП «МАРКЕТИНГ»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВНД-12	Управління міжнародною конкурентоспроможністю	Вибіркова навчальна дисципліна	Перший (бакалаврський)	3	5	5	Диференційований залік

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** очна (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, підсумкове.

**Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

**Спеціальні компетентності (СК):**

СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

**Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

**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 проєктів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (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 кожною темою. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

**Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

**Рекомендована література:**

1. Балабанова Л.В., Балабанова І.В., Кривенко Г.В. *Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. К. : ВД «Професіонал», 2019. 256 с.*

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. *Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2018. 352 с.*

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

5. *Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. К. : Зовнішня торгівля, 2017. 301 с.*

6. Лупак Р.Л., Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.

7. Управління конкурентоспроможністю підприємств: підручник / П'ятницька Г.Т., та ін.; за заг. ред. д-р. екон. наук., проф. Г.Т. П'ятницької. К.: Видавничий дім «Кондор», 2017. 700 с.

8. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.

**Викладач: Калашник Микола Володимирович**, кандидат економічних наук

**Гарант освітньої програми:**

**Серкутан Тетяна Вікторівна,**

кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,  
економіки, управління та адміністрування

