

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет історії, політології і міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент і маркетинг у міжнародному бізнесі

Освітня програма Міжнародні економічні відносини

Спеціалізація (за наявності) _____

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Галузь знань 29 Міжнародні відносини

Затверджено на засіданні
кафедри

Протокол №__ від
“ ” _____ 20_____ р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Менеджмент і маркетинг у міжнародному бізнесі
Освітня програма	Міжнародні економічні відносини
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини
Галузь знань	29 Міжнародні відносини
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	Основна
Курс / семестр	1/2
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 30 год. Семінарські заняття – 30 год. Самостійна робота – 120 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу (в межах мети на цілей ОП)
Мета вивчення дисципліни – формування системи теоретичних знань про становище розвитку сучасного менеджменту та маркетингу в міжнародному бізнесі.
Компетентності (мають співпадати з матрицею ОП)
<p>Загальні компетенції: ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>Фахові компетенції: СК 5. Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них. СК 10. Здатність обґрунтовувати доцільність застосування правових, економічних та дипломатичних методів (засобів) вирішення конфліктних ситуацій на міжнародному рівні. СК 16. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.</p>
Програмні результати навчання (мають співпадати з матрицею ОП)
РН 1. Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін. РН 5. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них. РН 6. Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати

результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.

РН 16. Демонструвати знання про стан досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками.

РН 21. Розуміти і мати навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, як державною так і іноземними мовами.

РН 23. Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Суть основ менеджменту	Розуміння концепції «менеджмент». Менеджмент та управління. Менеджмент як мистецтво.	Тести, питання, кейси
2.	Характеристика міжнародного менеджменту	Відмінність менеджменту та міжнародного менеджменту. Функції міжнародного менеджменту. Специфіка функціонування міжнародного менеджменту.	Тести, питання, кейси
3.	Середовище функціонування міжнародного менеджменту	Визначення бізнес-середовища та його характеристика. Структура бізнес-середовища компанії. Інструментарій аналізу бізнес-середовища міжнародних компаній.	Тести, питання, кейси
4.	Менеджмент організації: світова практика	Світові практики організації менеджменту. Розуміння культурних особливостей та відмінностей організації менеджменту.	Тести, питання, кейси
5.	Основи кроскультурного менеджменту	Сутність кроскультурного менеджменту та класифікація його суб'єктів. Основні моделі корпоративних культур.	Тести, питання, кейси
6.	Теорія прийняття управлінських рішень	Сутність прийняття управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Специфіка управлінських рішень в ТНК.	Тести, питання, кейси
7	Суть та визначення маркетингу	Визначення маркетингу. Роль маркетингу в діяльності підприємства. Основні функції маркетингу.	Тести, питання, кейси
8	Основи маркетингових досліджень	Сутність маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Дослідження ринку, споживачів, конкурентів. Методи та процес	Тести, питання, кейси

		маркетингових досліджень.	
9	Сегментація світового ринку товарів та послуг	Сегментація та її особливості. Процес сегментації ринку.	Тести, питання, кейси
10	Моделі та стратегії виходу суб'єкта господарювання на зовнішній ринок	Розуміння основних способів виходу на міжнародні ринки. Особливості та недоліки кожного із них. Глобалізація та інтернаціоналізація як передумови формування міжнародних ринків.	Тести, питання, кейси
11	Міжнародний маркетинг-мікс	Особливості функціонування маркетинг-міксу на міжнародному рівні. 4P, 5P та 7P	Тести, питання, кейси

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	-
Семінарське заняття	40
Самостійна робота	10
Індивідуальне завдання	-
Залік/Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Лекції																		
Семінарські з-тя		7		7		7		7		7		5						
Самостійна р-та														10				
Індивідуальні завдання																		
Залік /Екзамен																	50	50
Всього за тиж-нь		7		7		7		7		7		5		10			50	100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
-----------------------------------	--

Література:

1. Гіл Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / В.Л. Гіл Чарлз. – К.: Основи, 2001. – 856 с.
2. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
3. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.
4. Мазаракі А., Чаюн Т., Мельник Т. Міжнародний маркетинг: Підручник. – К.: Київ. держ. торгово-екон. унів., 2000. – 306 с.
5. Македон В.В. Міжнародний менеджмент. Підручник / В.В. Македон. – Дн-ськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. – 616 с.
6. Міжнародний менеджмент: навч. посіб. / В.С. Білозубенко, О.В. Озаріна, А.А. Семенов; за ред. проф. О.Б. Чернеги. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 592 с.
7. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг. - К.: КНЕУ, 2005.
8. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.
9. Циганкова Т.М. Управління міжнародним маркетингом. - К.: КНЕУ, 2001.

Допоміжна

1. Бойєтт Дж.Х., Бойєтт Дж.Т. Гуру маркетинга. – М.: Эксмо, 2004. – 320 с.
2. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 224 с.
3. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. –Тернопіль, 2006. – 275 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. – 272 с.
5. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии: Методики создания гениальных идей / Пер. с англ. – СПб: Нева, 2004. – 190 с.

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин вул. Чорновола, 1 (0342) 75-20-27 http://kmev.pnu.edu.ua kaf_mev@pnu.edu.ua
Викладач (і) Гостьові лектори	
Контактна інформація викладача	semen.blahun@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	Неприпустимі плагіат та списування.
--------------------------	-------------------------------------

Пропуски занять (відпрацювання)	Обов'язковим є для отримання позитивної оцінки відвідування більш 50% занять та виконання самостійної роботи. Пропуски практичних занять відпрацьовуються наступним чином: опрацювання теми, а також виконання завдання із теми.
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Виконання завдання пізніше встановленого терміну характеризується зниженням отриманих балів, про те студент не є обмеженим у досягненні конкретного балу і завжди може його отримати, за допомогою отримання додаткових завдань.
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття розглядається є підставою для зниження оцінки студента та направлення звернення до куратора академічної групи.
Додаткові бали	-
Неформальна освіта	<p>Результати неформальної освіти враховуються під час оцінювання студентів, як в розрізі конкретних тем так і самостійної роботи. Підставою для зарахування результатів неформальної освіти виступає наданий валідний сертифікат.</p> <p><u>Рекомендовані платформи:</u> Coursera EdX Prometheus EdEra EduHub TED</p>

Викладач Благує С.І.