


(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу



УЗГОДЖЕНО
Декаан ФМВ


Ю. Волошин
«14» 07 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Проректор з навчальної роботи


А. Клушин
«01» 09 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Міжнародний менеджмент та маркетинг»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»


Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПРЗ	ЛЗ	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	6	120/4	32	16	–	72	(*) ДЗ 6 с.	–	Іспит 6 с.
Заочна	6,7	120/4	8	8	–	104	К.р. 7 с.	–	Іспит 7 с.

Індекс: НБ – 17 – 292-2 /21– 2.1.22
НБ – 17 – 292-2 з /21– 2.1.22

СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 2 з 14	

Робочу програму навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес», навчальних та робочих навчальних планів №№ НБ – 17 – 292-2 /21, НБ – 17 – 292-2 з/21, РБ – 17 – 292-2 /21, РБ – 17 – 292-2 з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу



/ Сидоренко К.В./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес», спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» – кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу, протокол № 10 від «30» серпня 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми



/ Сидоренко К.В./

Завідувач кафедри



/ Степанов О.П./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету міжнародних відносин, протокол № 8 від «12» липеня 2021 р.

Голова НМРР




/ Сидоренко К.В./

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 3 з 14	

ЗМІСТ

	Сторінка
Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	10
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)	11
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	11
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	11
3.1. Методи навчання	11
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	11
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	12
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь ...	13

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 4 з 14	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною й практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в сфері міжнародного бізнесу. Засвоєння даної дисципліни дасть можливість методологічно обґрунтувати та системно упорядкувати теоретичні уявлення фахівця про управління діяльністю компаній в сучасних умовах розвитку міжнародного бізнесу, вибір методів формування міжнародних стратегій організаційного та економічного розвитку міжнародних корпорацій, перш за все авіакосмічної галузі.

Метою викладання навчальної дисципліни є опанування основних положень міжнародного менеджменту, методів і прийомів міжнародного менеджменту як специфічного виду управлінської діяльності у сфері міжнародних економічних відносин, а також отримання здобувачами вищої освіти знань та вмінь в сфері методології, методів, механізмів й інструментів організації та управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємств.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

–опанувати основні положення міжнародного менеджменту, методи і прийоми міжнародного менеджменту як специфічного виду управлінської діяльності у сфері міжнародних економічних відносин;

–ознайомитися з сучасними технологіями управління міжнародними корпораціями, функціями і методами прийняття рішень в ключових сферах господарської діяльності транснаціональних корпорацій;

–проаналізувати сучасний світовий досвід управління аеропортами, авіакомпаніями, авіабудівними підприємствами, підприємствами космічної галузі;

–дослідити основні форми та організаційні структури управління маркетинговою діяльністю, специфіку методів вивчення середовища маркетингу, підходи до вибору ринків, методики проведення міжнародного маркетингового дослідження та сегментації світового ринку;

–сприяти формуванню у здобувачів вищої освіти сучасного економічного мислення та загального світогляду, що дозволить їм більш об'єктивно сприймати та відображати найважливіші особливості та закономірності розвитку єдиного глобального ринку;

–вивчити специфіку стратегічного розвитку підприємств авіаційно-космічної галузі, сформуванню уявлення про механізми та інструменти підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- систематизувати й упорядкувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних



факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища;

- 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;

- 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;

- визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними;

– застосовувати набуті знання щодо гео економічних аспектів та основних тенденцій розвитку міжнародного бізнесу для визначення перспективних форм співробітництва у зовнішньоекономічній діяльності, зокрема, у авіаційно-космічній галузі;

– формулювати висновки і пропозиції, вирішувати проблемні ситуації та розв'язувати практичні завдання у сфері міжнародного бізнесу, передусім, у авіаційно-космічній галузі з урахуванням невизначеності умов і вимог середовища міжнародних економічних відносин.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

– здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері міжнародних відносин у цілому та міжнародних економічних, зокрема, а також у процесі навчання, що передбачає застосування новітніх теорій та методів при здійсненні комплексних досліджень світогосподарських зв'язків, характеризується комплексністю та невизначеністю умов;

– здатність планувати та управляти часом;

– здатність спілкуватися з представниками інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

– здатність працювати в команді;

– здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них;


– здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними;

– здатність обґрунтовувати доцільність застосування правових, економічних та дипломатичних методів (засобів) вирішення конфліктних ситуацій на міжнародному рівні;

– здатність і готовність спрямувати дії до креативного стилю підприємницького мислення, виховання лідерів, які здатні активно діяти у сфері міжнародного бізнесу, здійснювати ефективне управління розвитком міжнародних компаній, зокрема, авіаційних.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Вступ до спеціальності «Міжнародні економічні відносини»», «Мікро- та макроекономічні основи міжнародного бізнесу», «Теорія ймовірностей і математична статистика», «Світова економіка», «Основи менеджменту, маркетингу, підприємництва», «Міжнародне економічне право», «Міжнародна торгівля» та взаємопов'язана з такими дисциплінами, як «Міжнародна економічна діяльність України», «Кадровий менеджмент в міжнародному бізнесі».

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 6 з 14	

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з 1 /одного/ навчального модуля, а саме навчального модуля №1 «Міжнародний менеджмент та маркетинг», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль 1. «Міжнародний менеджмент і маркетинг»


Інтегровані вимоги модуля №1:

Знати:

- суть та характерні риси міжнародного менеджменту, особливості менеджменту суб'єктів міжнародного бізнесу;
- середовище міжнародного бізнесу, культурний контекст міжнародного бізнесу та його особливості в Україні;
- особливості реалізації основних функцій менеджменту в практиці управління міжнародним бізнесом в умовах глобалізації;
- методи та інструменти розв'язання суб'єктами міжнародного бізнесу сучасних технологічних, фінансових, торговельних, інвестиційних, кадрових та інших проблем;
- етичні виміри та соціальну відповідальність міжнародного бізнесу;
- особливості менеджменту суб'єктів міжнародного бізнесу авіакосмічного сектору;
- сутність, характерні риси та середовище міжнародного маркетингу;
- методи дослідження світових ринків, стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки;
- специфіку міжнародної продуктової політики, цінову політику авіакомпаній;
- сутність, чинники та методи оцінювання конкурентоспроможності;
- механізми та інструменти управління міжнародною конкурентоспроможністю авіапідприємств;
- особливості міжнародного авіаційного маркетингу.

Вміти:

- аналізувати фактори та індикатори розвитку суб'єктів міжнародного бізнесу, показники їхньої конкурентоспроможності;
- ідентифікувати стратегії розвитку транснаціональних корпорацій;
- обґрунтувати стратегічні заходи щодо забезпечення міжнародної конкурентоспроможності транснаціональних корпорацій;
- оптимізувати управління змінами в міжнародних корпораціях;
- організовувати ефективну роботу і розвиток персоналу транснаціональних корпорацій;
- контролювати управлінську результативність міжнародних корпорацій;
- описувати й аналізувати середовище діяльності міжнародних компаній з урахуванням особливостей країн їхньої діяльності;
- урахувати особливості реалізації основних функцій менеджменту в практиці управління міжнародними корпораціями за умов багатонаціонального середовища;
- розробляти основні напрями підвищення рівня соціальної відповідальності

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 7 з 14	

міжнародних корпорацій;

–використовувати сучасні інструменти міжнародного менеджменту в діяльності українських підприємств;

–аналізувати світовий ринок авіаційних пасажирських і вантажних перевезень;

–визначати фактори міжнародного маркетингового середовища авіаційного бізнесу;

–розробляти стратегії міжнародної конкурентоспроможності авіатранспортних підприємств.

Тема 1. Сутність та середовище міжнародного менеджменту

Загальна характеристика міжнародного бізнесу. Різниця між національним і міжнародним бізнесом. Специфічні особливості міжнародного бізнесу та міжнародного менеджменту. Сутність і методологічні засади міжнародного менеджменту. Ключові підходи до управління. Принципи міжнародного менеджменту. Концепції та моделі міжнародного менеджменту. Переваги та недоліки моделей міжнародного менеджменту. Теоретичні основи міжнародної діяльності.

Зовнішнє середовище міжнародного менеджменту. Екзогенні та ендогенні фактори міжнародного бізнесу. Врахування національних стереотипів поведінки при веденні міжнародного бізнесу. Кроскультурний менеджмент і його характеристика. Особливості організаційних культур в міжнародних корпораціях.

Тема 2. Стратегічне планування в міжнародному бізнесі. Прийняття управлінських і бізнес-рішень

Сутність й історичні етапи розвитку стратегічного планування. Особливості процесу стратегічного планування в міжнародному бізнесі. Типологія та порівняльна характеристика стратегій в міжнародному бізнесі. Типові стратегії транснаціональних корпорацій. Методологія стратегічної діагностики середовища суб'єктів міжнародного бізнесу. Краща світова практика стратегічного планування в міжнародному бізнесі, реалізації міжнародних стратегій. Стратегії розвитку аеропортів та авіакомпаній, роль глобальних авіаційних альянсів.

Управлінські рішення в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу. Рівні ухвалення рішень в організації. Взаємозв'язок стратегій, структур і прийняття рішень з результативністю управління міжнародним бізнесом. Інструменти для прийняття управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Процес підготовки та прийняття рішень в управлінні. Прийняття рішень з урахуванням особливостей національних культур. Поведінкові засади прийняття ефективних бізнес-рішень.

Тема 3. Організаційний розвиток міжнародних корпорацій

Форми корпоративної інтеграції. Організаційно-правові форми міжнародного бізнесу. Фінансово-промислові групи США, Німеччини, Японії, Південної Кореї, України. Варіанти організаційної структури міжнародних корпорацій. Організаційна структура на різних стадіях інтернаціоналізації. Організаційна структура дивізіонального типу. Глобальна продуктова дивізіональна структура. Глобальна регіональна дивізіональна структура. Глобальна функціональна структура. Мультинаціональна матрична структура.

Тема 4. Управління людськими ресурсами в міжнародних корпораціях. Керування і комунікації в міжнародних корпораціях

Сутність системи управління персоналом у міжнародних корпораціях. Загальна структура управління персоналом міжнародної корпорації. Кадрова політика міжнародних корпорацій, стратегічний та тактичний рівні кадрової політики. Фактори формування кадрової політики міжнародних корпорацій. Планування персоналу в міжнародних корпораціях. Мотивація персоналу в міжнародних корпораціях. Науково-технічний



прогрес і зміни в управлінні персоналом. Досвід роботи з персоналом у міжнародних корпораціях США, Японії та західної Європи. Стереотипи управління персоналом.

Принципи та закони керування в міжнародних корпораціях. Особливості керівництва у міжнародних корпораціях, моделі кар'єри керівників. Характеристика стилів керівництва. Комунікації міжнародних корпорацій.

Тема 5. Контроль та звітність міжнародних корпорацій

Економічна сутність контролю в міжнародному менеджменті. Типологія контрольних спостережень у міжнародному менеджменті. Фінансова звітність міжнародних корпорацій. Загальні підходи до побудови звіту про прибутки та збитки. Міжнародні системи та стандарти бухгалтерського обліку країн світу. Використання міжнародних стандартів бухгалтерського обліку країнами світу. Особливості контролю діяльності міжнародних корпорацій у країнах світу. Специфіка регулювання бухгалтерського обліку різних країн світу

Тема 6. Технологічна політика міжнародних корпорацій

Сутність та цілі технологічної політики корпорацій. Особливості сучасного технологічного розвитку. Інтернаціоналізація технологічної політики. Концепції створення продукту, використовувани ТНК. Типи технологічної політики. Глобально стандартизовані продукти: переваги та негативні сторони.

Тема 7. Фінансовий менеджмент міжнародних корпорацій

Сутність та особливості фінансового менеджменту міжнародних корпорацій. Сучасне міжнародне валютно-фінансове середовище міжнародного бізнесу. Вплив Міжнародного валютного фонду на ведення міжнародного бізнесу в різних країнах. Система кредитування, що використовується МВФ. Основні характеристики офшорних банківських центрів світу. Офшорні банківські центри. Переваги та недоліки створення офшорних територій.

Тема 8. Торговельні операції міжнародних корпорацій. Інвестиційні операції міжнародних корпорацій

Основні торговельні операції. Ключові форми торговельних операцій. Основні можливості міжнародних корпорацій при здійсненні експортних операцій. Фінансування експорту. Методи проведення торговельних операцій. Прямий метод проведення торговельних операцій. Методи проведення торговельних операцій через посередників: переваги та недоліки для міжнародного бізнесу. Міжнародний лізинг, його сутність та специфічні особливості. Класифікація міжнародного лізингу. Світовий досвід міжнародних лізингових операцій.

Розвиток іноземного інвестування. Фактори впливу на залучення іноземних інвестицій. Підходи до стимулювання прямих іноземних інвестицій в різних країнах світу. Типи іноземних інвесторів. Вплив Інтернет-технологій на міжнародний інвестиційний ринок. Порівняльна характеристика Інтернет-торгівлі й традиційних методів продажів. Міжнародні інвестиційні компанії. Порівняльний аналіз різних схем колективного інвестування. Характеристики закритих і відкритих інвестиційних фондів.

Тема 9. Менеджмент міжнародних бізнес-проектів

Загальна характеристика менеджменту проектів. Оцінка ефективності бізнес-проектів. Структуризація та планування бізнес-проекту. Ризик-менеджмент міжнародних бізнес-проектів.

Тема 10. Світовий досвід управління підприємствами авіакосмічної галузі

Моделі управління та розвитку підприємств авіакосмічної галузі. Типи взаємодії держави та приватного сектору в управлінні підприємствами авіакосмічної галузі. Світова практика управління міжнародними аеропортами. Моделі державної власності та управління міжнародними аеропортами. Моделі державно-приватного партнерства в



авіаційному секторі. Види концесійних угод. Моделі приватної власності та управління в авіаційному секторі.

Тема 11. Сутність та середовище міжнародного маркетингу

Теоретичні основи міжнародного маркетингу. Типи реалізації міжнародного маркетингу та еволюція його стратегій. Багатонаціональні корпорації як основні суб'єкти міжнародного маркетингу. Сутність та основні чинники міжнародного маркетингового середовища. Ризики при виході на зовнішній ринок. Відмінності в середовищі міжнародного маркетингу, їх роль у виборі міжнародної стратегії

Тема 12. Вибір зарубіжних ринків та їх сегментація. Способи та стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки

Закордонний ринок як об'єкт вивчення в міжнародному маркетингу. Особливості міжнародного маркетингового сегментування. Маркетинговий аналіз потенціалу закордонних ринків і особливості оцінки їх привабливості. Методи та особливості дослідження світових ринків в міжнародному маркетингу.

Види ринкових стратегій виходу фірм на міжнародний ринок. Експорт як спосіб виходу компанії на зарубіжний ринок. Спільне підприємництво як спосіб виходу на зарубіжний ринок. Пряме інвестування як спосіб виходу підприємства на міжнародні ринки.

Тема 13. Продуктова політика на світових ринках


Підходи до організації міжнародного маркетингового комплексу. Міжнародна продуктова політика. Міжнародна продуктова стратегія. Планування продукту в міжнародному маркетингу. Особливості ціноутворення на світовому ринку. Чинники ціноутворення в міжнародному маркетингу. Товарна політика авіакомпаній. Маркетингова цінова політика авіакомпаній. Вплив кризи, зокрема поширення пандемії COVID-19, на продуктову політику авіакомпаній.

Тема 14. Міжнародна конкуренція та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Позиціонування

Міжнародне конкурентне середовище підприємства. Оцінювання рівня та інтенсивності конкуренції на світових ринках. Показники і чинники міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Поняття конкурентоспроможності товару підприємства та основні етапи її оцінки. Стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств.


Тема 15. Управління міжнародною конкурентоспроможністю авіатранспортних підприємств. Міжнародний авіаційний маркетинг

Структура світового ринку авіаційних перевезень. Міжнародне маркетингове середовище авіаційного бізнесу. Детермінанти конкурентоспроможності міжнародного авіаційного бізнесу. Конкурентні стратегії авіакомпаній та аеропортів. Цінові стратегії авіакомпаній. Механізми та інструменти підвищення міжнародної конкурентоспроможності авіатранспортних підприємств.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 10 з 14	

2.3. Тематичний план

пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
Модуль № 1 «Міжнародний менеджмент і маркетинг»									
6 семестр					6 семестр				
1.1	Сутність та середовище міжнародного менеджменту	8	2	2	4	4	-	-	4
1.2	Стратегічне планування в міжнародному бізнесі. Прийняття управлінських і бізнес-рішень	6	2	-	4	3,5	0,5	-	3
1.3	Організаційний розвиток міжнародних корпорацій	8	2	2	4	2,5	0,5	-	2
1.4	Управління людськими ресурсами в міжнародних корпораціях. Керування і комунікації в міжнародних корпораціях	6	2	-	4	2,5	0,5	-	2
1.5	Контроль та звітність міжнародних корпорацій	8	2	2	4	2,5	0,5	-	2
1.6	Технологічна політика міжнародних корпорацій	6	2	-	4	4	-	-	4
1.7	Фінансовий менеджмент міжнародних корпорацій	8	2	2	4	2,5	0,5	-	2
1.8	Торговельні операції міжнародних корпорацій. Інвестиційні операції міжнародних корпорацій	6	2	-	4	2,5	0,5	-	2
1.9	Менеджмент міжнародних бізнес-проектів	8	2	2	4	2,5	0,5	-	2
1.10	Світовий досвід управління підприємствами авіакосмічної галузі	6	2	-	4	3,5	0,5	-	3
Усього за семестр		-	-	-	-	30	4	-	26
					7 семестр				
1.11	Сутність та середовище міжнародного маркетингу	8	2	2	4	15,5	0,5	1	14
1.12	Вибір зарубіжних ринків та їх сегментація. Способи та стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки	6	2	-	4	15,5	0,5	1	14
1.13	Продуктова політика на світових ринках	8	2	2	4	17	1	2	14
1.14	Міжнародна конкуренція та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Позиціонування	6	2	-	4	17	1	2	14

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 11 з 14	

1.15	Управління міжнародною конкурентоспроможністю авіатранспортних підприємств. Міжнародний авіаційний маркетинг	10	2	2	6	17	1	2	14
1.16	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-
1.17	Модульна контрольна робота №1	4	2	-	2	-	-	-	-
1.18	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
Усього за модулем № 1		120	32	16	72	90	4	8	78
Усього за навчальною дисципліною		120	32	16	72	120	8	8	104

2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)

Домашнє завдання та завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН) з дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг» є важливим етапом у засвоєнні навчального матеріалу.

Мета домашнього завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН) – поглиблення теоретичних знань здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни, формування практичних вмінь та навичок застосування здобутих знань щодо об'єктивних закономірностей, реальних процесів і специфічних особливостей міжнародного менеджменту і маркетингу суб'єктів господарювання, зокрема у сфері авіаційно-космічної галузі.

Завдання на домашнє завдання та контрольну (домашню) роботу (ЗФН) розробляються викладачем навчальної дисципліни. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри і доводяться до відома здобувачів індивідуально.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену розробляється провідним викладачем кафедри з даної дисципліни відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доводиться до відома здобувачів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

Для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни застосовуються методи теоретичного дослідження, економіко-математичного аналізу та прогнозування, методики аналізу даних, технології пошуку й обробки інформації, експертного оцінювання, SWOT-аналіз, побудови сценаріїв, робота в малих групах, дебати, семінар-дискусія, презентація тощо.

Інформаційне забезпечення: сервіси Google GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми/документи / таблиці / презентації, Jamboard, Trello, Mavenlink).


3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Куриляк В.Є. Міжнародний менеджмент: Навч. посібник / Тернопільська академія народного господарства. – Т.: Карт-бланш, 2014. – 268 с.

3.2.2. Ложачевська О., Сидоренко К. Формування конкурентоспроможності виробничої інфраструктури міжнародних аеропортів: Монографія. – К.: ФОП Маслаков, 2019. – 250 с.

3.2.3. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / За ред. Ю.Козака, С.Смичка, І.Літовченко. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 294 с.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 12 з 14	

3.2.4. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С.В.Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.

3.2.5. Міжнародний менеджмент: навч. пос. / В.П.Онищенко. – Київ: КНТЕУ, 2017. – 384с.

3.2.6. Міжнародний менеджмент: навчальний посібник / Г.Я. Глуха, С.Б. Холод, В.Є. Момот, О.А. Євтушенко. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. – 72 с.

3.2.7. Міжнародний менеджмент: підручник / С.О.Гуткевич, Г.В.Дмитренко, І.Г.Оніщенко, Ю.М.Сафонов; за ред. д. е. н., проф. Гуткевич С.О. – К.: Кафедра. – 2015. – 535 с.

3.2.8. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник / О.М.Ложачевська, В.І.Кончин, М.В.Новикова, О.Т.Полторацька, К.В.Сидоренко. – К.: НАУ, 2014. – 400 с.

Допоміжна література

3.2.9. Бренд-менеджмент: навч. посіб. / С.Ф.Смерічевський, С.Є.Петропавловська, О.А.Радченко; Нац. авіац. ун-т. – Київ : НАУ, 2019. – 155 с.

3.2.10. Ложачевська О. М., Сидоренко К. В. Імплементация світового досвіду стратегічного розвитку транспортного сектору України // Стратегія розвитку України, 2019. – №1. – С. 48-54.

3.2.11. Ложачевська О.М., Сидоренко К.В., Сіденко С.В. Глобальні закономірності розвитку світового ринку авіаційних перевезень // Міжнародна економічна політика. – 2018. – №2 (29). – С. 55-74. – DOI 10.33111/ierp.2018.29.03.

3.2.12. Набок І.І. Світовий ринок продовольства: стан розвитку та чинники продовольчої безпеки/ І.І. Набок, М.С. Рогач // Інфраструктура ринку: електронний науково-практичний журнал, 2019. – Вип. 5. – С.3-9.

3.2.13. Панікар Г.Ю. Інноваційне публічно-приватне партнерство як новітня форма взаємодії публічного та приватного секторів / Г.Ю. Панікар// Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2020. - №1. – С.144-148.

3.2.14. Побоченко Л.М. Світовий ринок авіаційних перевезень та вплив на нього COVID-19 // Стратегія розвитку України. – 2020.– №1. – С. 77-83.

3.2.15. Ричка М.А. Аналіз іноземного інвестування України в глобалізаційних процесах [Електронний ресурс] / М.А. Ричка, А.О. Ільченко // Інфраструктура ринку. - 2020. - № 42. - С. 46-53.

3.2.16. Сидоренко К.В. Мотивація трудової діяльності / К.В.Сидоренко, Л.О.Савчук // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. – №17 (39). – Т.2. – С. 52-57.

3.2.17. Сидоренко К.В. Світовий досвід діяльності бізнес-інкубаторів / К. В. Сидоренко, А. Д. Дем'яненко // Стратегія розвитку України. – 2020. – №1. – С. 117-121.

3.2.18. Сидоренко К.В. Сучасні антикризові стратегії розвинених країн світу / К. В. Сидоренко, А. В. Ващенко// Економічний простір. – 2020. – №159. – С. 24-27. – DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/159-4>.


3.2.19. Сидоренко К.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю виробничої інфраструктури аеропортів в досягненні цілей стійкого розвитку: теоретико-методичний підхід // Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі: Монографія / За ред. Ареф'євої О.В. – К.: Видавництво, 2018. – 364 с. / 15 с.

3.2.20. Степанов О.П. Національні інноваційні системи: проблеми формування та реалізації/ О.П. Степанов, Г.О. Андрощук // Стратегія соціально-економічного розвитку України. Збірник наукових праць № 2. – КНУКіМ, 2015. – Т. 1. – С. 118-140.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.2.21. <https://www.worldbank.org> – офіційний сайт Світового банку.

3.2.22. <https://www.imd.org> – офіційний сайт Міжнародного валютного фонду.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 13 з 14	

3.2.23. <https://www.weforum.org> – офіційний сайт Світового економічного форуму.

3.2.24. <https://www.coursera.org/learn/r-programming/> – освітня платформа Coursera.

3.2.25. <https://prometheus.org.ua/courses-catalog/data-analysis/> – освітня платформа Prometheus.

3.2.26. www.ukrstat.gov.ua/ – офіційний сайт Державної служби статистики країни.

3.2.27. <https://zakon.rada.gov.ua/> – офіційний вебпортал парламенту України.

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Методи контролю та схема нарахування балів. Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	6 семестр	6,7 семестр
Модуль № 1 «Міжнародний менеджмент та маркетинг»		
Вид навчальної роботи	бали	бали
Виконання експрес-завдань на знання теоретичного матеріалу	5б.х6=30	10б.х2=20
Виконання кейсів та активна участь при вирішенні та обґрунтуванні поставлених завдань	5б.х4=20	10
Виконання та захист домашнього завдання	10	–
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	36 балів	–
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	–
Виконання контрольної (домашньої) роботи (ЗФН)	–	30
Усього за модулем № 1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються здобувачу вищої освіти, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих здобувачем вищої освіти за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та індивідуального навчального плану здобувача, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 14 з 14	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				



Силабус навчальної дисципліни

«МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Освітня програма: Міжнародний бізнес

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язковий освітній компонент
Курс	3 курс
Семестр	6 семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Дана дисципліна є теоретичною й практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в сфері міжнародного бізнесу. Засвоєння даної дисципліни дасть можливість методологічно обґрунтувати та системно упорядкувати теоретичні уявлення фахівця про управління діяльністю компаній в сучасних умовах розвитку міжнародного бізнесу, вибір методів формування міжнародних стратегій організаційного та економічного розвитку міжнародних корпорацій, перш за все авіакосмічної галузі.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Метою викладання навчальної дисципліни є опанування основних положень міжнародного менеджменту, методів і прийомів міжнародного менеджменту як специфічного виду управлінської діяльності у сфері міжнародних економічних відносин, а також отримання здобувачами вищої освіти знань та вмінь в сфері методології, методів, механізмів й інструментів організації та управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємств.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> – систематизовувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендегенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища; – визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними; – визначати причини, типи та характер міжнародних конфліктів і суперечок, обґрунтовувати і застосовувати економічні, юридичні та дипломатичні методи і засоби їх вирішення на міжнародному рівні, відстоюючи національні інтереси України; – обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків; – володіти навичками аналізу можливостей торговельного потенціалу країн світу та України з метою виявлення потенційно можливих та ефективних форм і умов організації міжнародного бізнесу, зокрема, у сфері авіаційних перевезень; – застосовувати набуті знання щодо гео економічних аспектів та основних тенденцій розвитку міжнародного бізнесу для визначення перспективних форм співробітництва у зовнішньоекономічній діяльності, зокрема, у авіаційно-космічній галузі; – формулювати висновки і пропозиції, вирішувати проблемні ситуації та розв'язувати практичні завдання у сфері міжнародного бізнесу;

	<p>передусім, у авіаційно-космічній галузі з урахуванням невизначеності умов і вимог середовища міжнародних економічних відносин.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – здатність виявляти особливості функціонування середовища МЕН та моделей економічного розвитку; – здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними; – здатність обґрунтовувати доцільність застосування правових, економічних та дипломатичних методів (засобів) вирішення конфліктних ситуацій на міжнародному рівні; – здатність володіти методикою статистичного та економічного аналізу стану, структури та динаміки світових ринків, зокрема, світового ринку авіаційних перевезень; – здатність і готовність спрямувати дії до креативного стилю підприємницького мислення, виховання лідерів, які здатні активно діяти у сфері міжнародного бізнесу, здійснювати ефективне управління розвитком міжнародних компаній, зокрема авіакосмічної сфери; – здатність пропонувати нові рішення у сфері міжнародного бізнесу на основі логічних аргументів з урахуванням особливостей і тенденцій розвитку авіаційно-космічної галузі.
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та середовище міжнародного менеджменту. 2. Стратегічне планування в міжнародному бізнесі. Прийняття управлінських і бізнес-рішень. 3. Організаційний розвиток міжнародних корпорацій. 4. Управління людськими ресурсами в міжнародних корпораціях. Керування і комунікації в міжнародних корпораціях. 5. Контроль та звітність міжнародних корпорацій. 6. Технологічна політика міжнародних корпорацій. 7. Фінансовий менеджмент міжнародних корпорацій. 8. Торговельні операції міжнародних корпорацій. Інвестиційні операції міжнародних корпорацій. 9. Менеджмент міжнародних бізнес-проектів. 10. Світовий досвід управління підприємствами авіакосмічної галузі. 11. Сутність та середовище міжнародного маркетингу. 12. Вибір зарубіжних ринків та їх сегментація. Способи та стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки. 13. Продуктова політика на світових ринках. 14. Міжнародна конкуренція та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Позиціонування. 15. Управління міжнародною конкурентоспроможністю авіатранспортних підприємств. Міжнародний авіаційний маркетинг. <p>Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота</p> <p>Методи навчання – теоретичного дослідження, економіко-математичного аналізу та прогнозування, методики аналізу даних, технології пошуку й обробки інформації, експертного оцінювання, робота в малих групах, семінар-дискусія, презентація тощо.</p> <p>Форми навчання: очна, заочна</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Вступ до спеціальності «Міжнародні економічні відносини»», «Мікро- та макроекономічні основи міжнародного бізнесу», «Теорія ймовірностей і математична статистика», «Світова економіка», «Основи менеджменту, маркетингу, підприємництва», «Міжнародне економічне право», «Міжнародна торгівля»</p>
<p>Пореквізити</p>	<p>Взаємопов'язана з такими дисциплінами, як «Міжнародна економічна</p>

	діяльність України», «Кадровий менеджмент в міжнародному бізнесі»
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд-менеджмент: навч. посіб. / С.Ф.Смерічевський, С.Є.Петропавловська, О.А.Радченко. – Київ : НАУ, 2019. – 155 с. 2. Ложачевська О., Сидоренко К. Формування конкурентоспроможності виробничої інфраструктури міжнародних аеропортів: Монографія. – К.: ФОП Маслаков, 2019. – 250 с. 3. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / За ред. Ю.Козака, С.Смичка, І.Літовченко. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 294 с. 4. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К.: НАУ, 2019. – 164 с. 5. Міжнародний менеджмент: підручник / С. О. Гуткевич, Г. В. Дмитренко, І. Г. Оніщенко, Ю. М. Сафонов; за ред. д. е. н., проф. Гуткевич С. О. – К.: Кафедра. – 2015. – 535 с. 6. Сидоренко К.В. Світовий досвід діяльності бізнес-інкубаторів / К. В. Сидоренко, А. Д. Дем'яненко // Стратегія розвитку України. – 2020. – №1. – С. 117-121. 7. Сидоренко К.В. Сучасні антикризові стратегії розвинених країн світу / К. В. Сидоренко, А. В. Ващенко// Економічний простір. – 2020. – №159. – С. 24-27. – DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/159-4. 8. Сидоренко К.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю виробничої інфраструктури аеропортів в досягненні цілей стійкого розвитку: теоретико-методичний підхід // Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі: Монографія / За ред. Ареф'євої О.В. – К.: Видавництво, 2018. – 364 с. / 15 с. 9. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник / О. М. Ложачевська, В. І. Кончин, М. В. Новикова, О. Т. Полторацька, К. В. Сидоренко. – К.: НАУ, 2014. – 400 С. <p>Репозитарій НАУ: https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/39458 https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/35292</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд ФМВ, навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення занять
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Іспит
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
Факультет	Факультет міжнародних відносин
Викладач(і)	 <p>СИДОРЕНКО КАТЕРИНА ВІКТОРІВНА Посада: доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ Науковий ступінь: к.е.н. Вчене звання: Профайл викладача: http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=11738 Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?user=V0afJx8AAAAJ&hl=en&oi=ao Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Kateryna_Sydorenko ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3231-2247 ResearcherID: S-8115-2018 Тел.: 406-73-65 E-mail: kateryna.sydorenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 7.206</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/39458