

Назва дисципліни	Конкуренція в міжнародному бізнесі
Інформація про факультети (навчально- наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, спеціальність міжнародні економічні відносини, освітня програма міжнародний бізнес, 3 курс, 6 семестр
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково - педагогічних працівників, залучених до викладання	Професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії д.е.н., доц. Тимошенко Ігор Владиславович ауд. 3-76, 3-78 (Центральний корпус), 057-707-53-51, 097-153-16-90, ivtimoshenkov@karazin.ua
Попередні умови для вивчення дисципліни	Наявність фахових знань студентів, спроможність до аналізу та синтезу; здатність до практичного застосування теоретичних знань
Опис	<p>Мета дисципліни Мета дисципліни полягає у формуванні в студентів практичних навичок і умінь вирішення управлінських завдань, пов'язаних з формуванням і реалізацією конкурентних стратегій українських підприємств в умовах глобалізації.</p> <p>Очікувані результати навчання <i>знати:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – категоріально-поняттєвий апарат, що застосовується в теорії і практиці ведення бізнесу в умовах сучасної міжнародної конкуренції; – сутність стратегічного і операційного управління конкурентоспроможністю підприємства, їх значення і еволюцію, чинники і рівні розвитку, особливості дії законів і принципів їхньої реалізації; – загальні закономірності розвитку міжнародної конкуренції, форми і механізми моделювання і реалізації конкурентних переваг у різних секторах і галузях світової економіки; – основні механізми і обмеження конкуренції засобами державного нормативно-правового регулювання господарської діяльності суб'єктів ринку; <p><i>уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – творчо втілювати на практиці філософію управління сучасної організації, що орієнтує всі сторони її діяльності на більш ефективно у порівнянні з конкурентами задоволення існуючих і потенційних потреб, що висуваються ринком; – аналізувати стан попиту і структуру світових ринків споживчого і виробничого призначення, визначати моделі конкурентної поведінки підприємств на цих ринках; – аналізувати динамічні якісні зміни у конкурентній поведінці підприємств на світових ринках; – використовувати одержані знання в умовах України, виходячи з цілей, завдань і особливостей стратегічного і операційного управління українськими підприємствами у різних галузях світової економіки. <p>Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких результатів навчання: Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін. П Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію. Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію</p>

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

Розуміти і вміти застосовувати, відповідно до інших вимог освітньої програми, сучасні теорії та методи розв'язання спеціалізованих складних задач і практичних проблем у сфері міжнародної торгівлі товарами та послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин, мобільності людських ресурсів, міжнародного трансферу технологій.

Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі.

Розуміти основні поняття і закони міжнародного бізнесу, а також особливості його організації, обирати методи здійснення міжнародного бізнесу в умовах невизначеності;

Управляти міжнародним бізнесом, розробляти та обирати конкретні стратегії розвитку бізнесу міжнародної компанії, в тому числі стратегію персоналу, фінансово-інвестиційну, конкурентну, маркетингову та інші, з урахуванням пріоритетів компанії та особливостей країн;

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. Категорія «конкурентоспроможність» та її властивості на внутрішніх і зовнішніх ринках.

Тема 2. Конкурентне середовище підприємства в умовах глобалізації.

Тема 3. Конкурентні переваги підприємства і їхня реалізація на внутрішніх і зовнішніх ринках.

Тема 4. Конкурентні стратегії підприємств в умовах глобалізації.

Тема 5. Конкурентоспроможність товару на світовому ринку та методи її оцінки.

Тема 6. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства на світових ринках в умовах глобалізації.

Тема 7. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Тема 8. Менеджмент якості як фундамент забезпечення міжнародної конкурентоспроможності сучасного підприємства.

Навчально-методичне забезпечення

Всі необхідні для вивчення курсу розділи (елементи) навчально-методичного комплексу дисципліни (конспект і презентації лекцій, завдання для самостійної роботи, основна і додаткова література і т. ін.) надаються студентам у відкритому доступі в LMS-системі Google Classroom.

Методи контролю результатів навчання

Контроль знань здійснюється через перевірку завдань у LMS-системі Google Classroom, опитування на семінарських заняттях, підготовку рефератів, проведення контрольної роботи і письмового підсумкового екзамену.

Оцінювання успішності студентів здійснюється відповідно бальної національної шкали оцінювання.

Мова викладання. Українська

