



## Силабус курсу Міжнародна конкуренція

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Рік навчання: 4, Семестр: 7

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. **Окрепкий Ростислав Богданович**

Контактна інформація [rostik6@ukr.net](mailto:rostik6@ukr.net), +380677421640

### Опис дисципліни

Дисципліна “Міжнародна конкуренція” спрямована на формування системи знань про міжнародне конкурентне середовище, теоретичні та методичні засади формування стратегії і тактики конкурентної боротьби на міжнародному ринку.

### Структура курсу

№ п/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	<b>1. Конкуренція та антиконкурентна практика</b>	Знати суть і значення економічної конкуренції та антиконкурентну практику державних органів	Тести, кейси
2	<b>2. Теоретичні засади міжнародної конкуренції</b>	Ознайомитись з поняттям міжнародної конкуренції та її специфікою на ринку товарів і послуг	Кейси, тести
3	<b>3. Міжнародне конкурентне середовище</b>	Ознайомитися із сутністю і складовими міжнародного конкурентного середовища та факторами, що на нього впливають	Тести, кейси
4	<b>4. Стратегії міжнародної конкуренції підприємств</b>	Розуміти суть конкурентної стратегії на міжнародному ринку та чинники їх формування	Задачі, кейси, тести
5	<b>5. Міжнародна</b>	Вміти оцінювати міжнародну	Задачі,

	<b>конкурентоспроможність підприємств</b>	конкурентоспроможність підприємств, товарів та послуг	тести, кейси
6	<b>6. Міжнародна конкурентоспроможність галузей та національних економік</b>	Вміти оцінювати міжнародну конкурентоспроможність галузей та національних економік	Задачі, тести, кейси
7	<b>7. Регулювання конкурентних відносин на національному і міжнародному рівнях</b>	Ознайомитись з особливостями регулювання міжнародної конкуренції в різних країнах та в Україні	Задачі, тести, кейси
8	<b>8. Україна у міжнародному конкурентному середовищі</b>	Вміти оцінювати конкурентні позиції вітчизняних підприємств та галузей в міжнародному конкурентному середовищі	Тести, кейси
9	<b>9. Особливості міжнародної конкуренції у некомерційному секторі</b>	Знати особливості конкурентних стосунків у некомерційному секторі та чинники міжнародної конкуренції, що на них впливають	Тести, кейси

### Літературні джерела

1. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
2. Окландер М. А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Одес. нац. політехн. ун-т. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 283 с.
3. Петруня В. Ю., Петруня Ю.Є. Управління маркетинговою діяльністю. Практикум: навч. посіб. Ун-т мит. справи та фінансів. Дніпро : Ун-т мит. справи та фінансів, 2021. 104 с.
4. Borysova T. Global competition and competitiveness of goods and services. Erbe der europäischen wissenschaft: wirtschaft, management, tourismus, rechtsprechung. Monografische Reihe «Europäische Wissenschaft». Buch 2. Teil 5. 2020. P. 123-129.
5. Borysova, T., Monastyrskyi, G., Borysiak, O., & Protsyshyn, Yu. (2021). Priorities of Marketing, Competitiveness, and Innovative Development of Transport Service Providers under Sustainable Urban Development. Marketing and Management of Innovations, 3, P. 78-89. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-07>
6. Borysiak O., Brych V., Brych B. Digital marketing components of providing information about energy service companies in the conditions of green energy development. New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges : collective monograph [scientific edited by M. Bezpartochnyi] VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia : VUZF Publishing House «St. Grigorii Bogoslov», 2020. Vol. 2. P. 231-240.
7. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskyi G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222527>
8. Borysova, T., Monastyrskyi G., Khrupovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2022. P.306-315. URL: <https://doi.org/10.55643/FCAPTP.2.43.2022.3614> <https://publons.com/p/52935278/>

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються 15 балів. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом
30%	40%	30%	100%
1. Усне опитування під час заняття (5 тем по 5 балів = 25 балів) 2. Письмова робота = 75 балів	1. Усне опитування під час заняття (4 теми по 5 балів = 20 балів) 2. Письмова робота = 80 балів	1. Написання та захист КПІЗ = 80 балів 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів	100

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом