



Силабус освітнього компонента
Програма навчальної дисципліни

**Дослідження в міжнародному
бізнесі**

Шифр та назва спеціальності

Інститут

ННІ Економіки, менеджменту та міжнародного
бізнесу

Спеціалізація

Кафедра

Менеджменту (204)

Освітня програма

Тип дисципліни

вибіркова

Рівень освіти

Перший (бакалаврський)

Форма навчання

Денна

Семестр

5

Мова викладання

Українська

Викладачі, розробники



Зубкова Аліна Болеславівна

alina.zubkova@khpі.edu.ua

Кандидат економічних наук, доцент кафедри Менеджменту НТУ "ХПІ"
Автор та співавтор понад 55 наукових та методичних публікацій.

Курси: Дослідження в міжнародному бізнесі, Управління проєктами, Основи міжнародного маркетингу,

Більше про лектора: <https://web.kpi.kharkov.ua/mto/about/staff/zubkova/>

Загальна інформація

Анотація

Дисципліна спрямована на розвиток компетентностей дослідної роботи для проведення аналізу міжнародного середовища бізнесу. Набуті компетентності допомагають зосередитись на прикладному характері досліджень у галузі науки «Менеджмент» та, зокрема, підготовки бакалаврської дипломної роботи.

Мета та цілі дисципліни

Формування у студентів системних професійних знань і навичок щодо планування, організації та проведення дослідної діяльності при управлінні міжнародним бізнесом.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – диференційований залік.

Компетентності

СК02. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК03. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

Результати навчання

ПР04. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

ПР06. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПР17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредитів ECTS): лекції – 32 год., практичні заняття – 16 год., самостійна робота – 72 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання та практичні навички з наступних дисциплін: «Основи менеджменту», «Маркетинг», «Міжнародний бізнес», «Фінанси підприємства».

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Лекції проводяться інтерактивно з використанням мультимедійних технологій. на практичних заняттях використовуються ігрові технології, дискусії, індивідуальна та командна робота. Навчальні матеріали доступні студентам у Moodle, OneDrive.

Програма навчальної дисципліни

Навчальні заняття

Лекції

Теми лекцій	Кількість годин
(Лекція 1) Вхідне заняття. Структура курсу. Система оцінювання. Завдання курсу.	2
Тема 1. (Лекція 2) Дослідження в міжнародному бізнесі. Складові процесу дослідження.	2
Тема 2. (Лекція 3) Публікація / презентація результатів дослідження.	2
Тема 3. (Лекція 4, 5) Методи наукового дослідження. Загальнонаукові методи дослідження. Результати дослідження.	4
Тема 4. (Лекція 6, 7, 8) Теоретичні та емпіричні дослідження.	6
Тема 5. (Лекція 9, 10) Дослідження міжнародного середовища бізнесу. Складові, концепції, підходи.	4
Тема 6. (Лекція 11, 12, 13) Аналіз зовнішнього середовища. Індустрія і ринок. Клієнти. Конкуренти, диференціатори	6
Тема 7. (Лекція 14, 15) Аналіз внутрішнього середовища бізнесу. Ресурси та можливості. Конкурентні переваги. Цінність для клієнтів.	4
(Лекція 16) Підсумкова презентація індивідуальних завдань та їх результати. Обговорення	2
Загальна кількість годин	32



Практичні заняття

За наявності

Теми практичних/семінарських занять

Кількість годин Вагові коефіцієнти *a*

Тема 1. Роль досліджень в міжнародному бізнесі. Основні питання: • Бакалаврський дипломний проєкт vs магістерський. Структура бакалаврського дипломного проєкту. • Ознайомлення з індивідуальним завданням • Представлення результатів самостійної роботи студентів (використання методів дослідження при розробці продуктів, реальні кейси).	2	0,1
Тема 2. Етапи проведення дослідження. Публікація/презентація результатів дослідження. Основні питання: • Відповідно до обраної теми дослідження студенти проводять аналіз ключових понять • Хмара ключових понять: ознайомлення із наявними online-інструментами для побудови. Тренування hard-навичок із використання сервісів. • Використання сервісів AI для первинного аналізу літератури за темою. Тренування hard-навичок із використання сервісів. • Представлення результатів самостійної роботи студентів (власний поточний досвід досліджень на момент початку курсу). • Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.	2	0,125
Тема 3. Використання методів дослідження в міжнародному бізнесі. Основні питання: • Відповідно до обраної теми дослідження студенти проводять аналіз літератури із підготовкою зведених таблиць за поняттями, висновками після таблиць • Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.	2	0,125
Тема 4. Методи обробки даних. Використання емпіричних дослідження. Основні питання: • Відповідно до обраної теми дослідження студенти проводять контент аналіз понять, аналіз вторинних даних. • Визначення проблеми та мети дослідження. Пропозиції студентів щодо використання необхідних методи дослідження, їх можливостей та обмежень. • Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.	2	0,125
Тема 5. Дослідження міжнародного середовища бізнесу. Моделі, їх сутність. Основні питання: • Відповідно до обраної теми дослідження студенти обирають та обґрунтовують метод емпіричного дослідження та розробляють власне емпіричного дослідження. • Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.	2	0,15



Тема 6. Аналіз зовнішнього середовища. Індустрія і ринок.	2	0,15
Основні питання:		
- Відповідно до обраної теми дослідження студенти проводять тестування емпіричного дослідження - Після етапу тестування студенти вносять необхідні зміни у метод/питання/змінні дослідження та проводять емпіричне дослідження в рамках теми - Розгляд показників для аналізу зовнішнього середовища компанії, індустрії та ринку - Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.		
Тема 7. Клієнти. Конкуренти, диференціатори.	2	0,125
Основні питання:		
- Відповідно до обраної теми дослідження студенти проводять збір даних емпіричного дослідження та обробку даних емпіричного дослідження за допомогою методів частотного аналізу - Розгляд показників для аналізу внутрішнього середовища компанії, обговорення підґрунтя для визначення пропозиції цінності та диференціаторів компанії на ринку - Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.		
Тема 8. Аналіз внутрішнього середовища бізнесу. Цінність для клієнтів. Модель Портера.	2	0,1
Основні питання:		
- Відповідно до попередньо обраної компанії дослідження в рамках емпіричного дослідження студенти досліджують середовище міжнародного бізнесу для залучення інвестицій / виходу на зовнішній ринок української компанії за моделлю Портера - Представлення та обговорення результатів індивідуального завдання.		
Загальна кількість годин	16	$\sum_{i=1}^n a_i$

Лабораторні заняття

Лабораторні роботи в рамках дисципліни не передбачені

Контрольні роботи

За наявності

Теми контрольних робіт	Вагові коефіцієнти b
Тест 1	0,25
Тест 2	0,25
Підсумковий тест	0,5
Загалом	$\sum_{i=1}^m b_i = 1$



Самостійна робота

Самостійне навчання включає опрацювання матеріалів, наданих на лекціях (8 год), самостійне вивчення конкретних питань (8 год), підготовку до практичних занять (8 год), а також виконання індивідуальних завдань (45 год) та підготовку до підсумкового оцінювання (3 год).

Опрацювання теоретичного матеріалу

Теми для самостійного вивчення	Кількість годин
Тема 1. Роль досліджень в міжнародному бізнесі. - Перегляньте цю конференцію, щоб побачити, як дослідження використовуються в реальному бізнесі https://www.youtube.com/live/G7UEtAhXbu0?feature=shared - Складіть список методів дослідження, які використовують компанії. - Будьте готові обговорити це на наступному занятті.	2
Тема 2. Етапи проведення дослідження. Публікація/презентація результатів дослідження. - Проведіть дослідження так, як Ви це бачите зараз. - Виберіть будь-яку з найцікавіших для Вас тем. - Презентуйте свій підхід до дослідження та результати на наступному семінарському занятті. - Ваш звіт-презентацію, будь ласка, завантажте тут: https://forms.office.com/e/qRDyV6RLes	3
Тема 3. Аналіз літератури. - Переглянути майстер-клас з оптимізації роботи із бібліографією: https://youtu.be/fATead9LlkY?feature=shared - Опанувати сервіс з опрацювання бібліографії: https://www.zotero.org/ - Ознайомитись із вимогами до оформлення магістерської роботи, у додатках до яких знаходяться вимоги до оформлення літератури : https://web.kpi.kharkov.ua/mto/for-students/theses_guidelines/	3
Загальна кількість годин	8

Індивідуальне завдання

За наявності

Відомості щодо індивідуального завдання (за наявності): звіт за проведеним дослідженням або стаття. Студент повинен виконати індивідуальне завдання для формування дослідницького проєкту. Головною метою є впровадження методів дослідження в міжнародні бізнес-проєкти. Розділи плану слід розглянути коротко, по суті. Завдання має базуватися на теоретичних підходах, розглянутих на лекціях. Водночас, текст завдання не повинен містити теоретичних положень, а лише результати дослідження та розробок автора. Загальний обсяг роботи не повинен перевищувати 15 сторінок.

Завдання та етапи виконання

Завдання 1. Провести аналіз літератури за ключовими словами теми

- Проблема дослідження
- Мета дослідження

Крок 1. Обрати тему дослідження. Хмара ключових понять за обраною темою



Крок 2. Контент аналіз понять, аналіз вторинних даних

Крок 3. Аналіз літератури, зведені таблиці за поняттями, висновки після таблиць

Завдання 2. Розробити та провести емпіричне дослідження в рамках теми

– Визначити необхідні методи дослідження

Крок 4. Визначення проблеми та мети дослідження. Методи дослідження. Розробка емпіричного дослідження

Крок 5. Тестування емпіричного дослідження. Проведення емпіричного дослідження в рамках теми

Крок 6. Збір даних емпіричного дослідження. Обробка даних емпіричного дослідження

Завдання 2. Дослідити середовище міжнародного бізнесу для залучення інвестицій / виходу на зовнішній ринок української компанії

Крок 7. Дослідити середовище міжнародного бізнесу для залучення інвестицій / виходу на зовнішній ринок української компанії за допомогою моделі Майкла Портера

Крок 8. Попереднє представлення результатів дослідження

Крок 9. Оформлення звіту за обраною темою. Презентація результатів

Загальна кількість годин

45

Неформальна освіта

Здобувач вищої освіти має можливість перезарахувати окремі теми або питання курсу шляхом відвідування професійних курсів, тренінгів, онлайн-освіти, професійних стажувань, у сфері, що відповідає навчальним цілям дисципліни.

Для зарахування необхідно надати: сертифікат (електронний або друкований) про проходження курсу/стажування, опис програми тренінгу із зазначенням змісту тем, обсягу та тривалості..

Рекомендовані курси, тренінги, стажування

1. Understanding Research Methods

<https://www.coursera.org/learn/research-methods> - отримання сертифіката дозволяє часткове визнання курсу. Для отримання остаточної оцінки потрібне індивідуальне завдання.

2. Research Methodologies

<https://www.coursera.org/learn/research-methodologies> - отримання сертифіката дозволяє часткове визнання курсу. Для отримання остаточної оцінки потрібне індивідуальне завдання..

3. AI for Research & Analysis

<https://www.coursera.org/learn/ai-for-research--analysis> - отримання сертифіката дозволяє часткове визнання курсу. Для отримання остаточної оцінки потрібне індивідуальне завдання..

Література, навчальні матеріали та інформаційні ресурси

Основна література

1. Kothari C.R. Research Methodology: Methods and Techniques / 2nd ed., 2004. - 418 P. (Textbook).



Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

2. Katsioloudes, Marios I. International business: a global perspective / Marios I. Katsioloudes and Spyros Hadjidakis, 2006. – 723 p.
3. Strategic Management: Theory: An Integrated Approach by Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones, et al. | Jan 1, 2014.
4. Методичні вказівки з підготовки та захисту дипломної роботи ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю «Менеджмент» освітніх програм «Менеджмент організацій та адміністрування», «Бізнес-адміністрування», «Міжнародний бізнес» / укл. О.В. Прохоренко, П.В. Бринь, Т.В. Данько, О.С. Маковоз, І.Л. Сітак, О.І. Чайкова, Н.В. Ширяєва. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. 40 с.

Додаткова література

1. Сурмін Ю.П. Майстерня вченого: підручник для науковця / Юрій Сурмін. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2006. – 302 с.
2. Методичні вказівки з підготовки та захисту дипломної роботи ступеня вищої освіти «магістр» за спеціальністю «Менеджмент» / укл. О.В. Прохоренко, М.П. Горбунов, Т.В. Данько, А.Б.Зубкова, С.В.Клепікова, О.М.Нащекіна – Х. : НТУ «ХПІ», 2022. – 70 с.
5. Lorraine Eden, Bo Bernhard Nielsen, Alain Verbeke Research Methods in International Business / Palgrave Macmillan Cham, 2020. - 511 p.
6. Ludwig Martin International Business Development: A Concise Textbook Focusing on International B-to-B Contexts Springer Nature, 2021. - 270 p.

Система оцінювання

Підсумкова оцінка з освітнього компонента визначається відповідальним лектором за темами, видами занять, тощо у відповідності до силабусу і є інтегральною оцінкою результатів усіх вид навчальної діяльності здобувача вищої освіти. Підсумкова оцінка повинна відображати всі оцінки за складовими навчального процесу з урахуванням їх вагових показників k :

Поточний контроль (практичні, семінарські, лабораторні заняття), k_1	Контрольні роботи (за наявності), k_2	Індивідуальне завдання (за наявності), k_3	Підсумковий контроль k_4
0,2	0,2	0,4	0,2

Сума коефіцієнтів повинна складати одиницю: $k_1 + k_2 + k_3 + k_4 = 1$. Підбір вагових коефіцієнтів підсумкової оцінки здійснює розробник курсу.

Розрахунок підсумкової оцінки проводиться за формулою:

$$O = П \cdot k_1 + K \cdot k_2 + I \cdot k_3 + Пк \cdot k_4$$

де: П – середньозважена середня оцінка за поточний контроль

I – оцінка за виконання індивідуального завдання

K – середньозважена оцінка за контрольні роботи

Пк – оцінка за підсумковий контроль

$$П = \frac{П_1 \cdot a_1 + П_2 \cdot a_2 + \dots + П_n \cdot a_n}{\sum_{i=1}^n a_i}$$

де: a_i - ваговий коефіцієнт за кожне практичне (семінарське) або лабораторне заняття.

$$K = \frac{K_1 \cdot b_1 + K_2 \cdot b_2 + \dots + K_m \cdot b_m}{\sum_{i=1}^m b_i}$$

де: b_i - ваговий коефіцієнт за кожну контрольну роботу.



Поточні оцінки за кожну складову (П, К, І, ...) виставляються за 100-бальною шкалою згідно з положенням «Про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг здобувачів вищої освіти» НТУ «ХПІ».

Підсумкова оцінка виставляється відповідно до розрахованої О з округленням до найближчого цілого числа в більшу сторону.

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту.

Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

30.08.2025



Завідувачка кафедри
Наталія ШМАТЬКО



Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»