

СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЛІДЕРСТВО ТА МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ В ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕСІ (LEADERSHIP AND PERSONNEL MARKETING IN GLOBAL BUSINESS)	
На кого орієнтовано	ОС «Магістр»
Семестр	1 семестр
Мова викладання	Українська (англійська)
Пререквізити	Базова
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	<i>Предметом вивчення є теоретичні засади та прикладні аспекти лідерства і маркетингу персоналу в умовах глобального бізнес-середовища, зокрема закономірності формування лідерських компетентностей, управління людським капіталом, мотивації, розвитку та залучення персоналу в міжнародних організаціях. Особлива увага приділятиметься аналізу сучасних моделей лідерства, інструментам маркетингу персоналу, механізмам управління мультикультурними командами та формуванню ціннісно орієнтованих управлінських рішень у контексті глобальної конкуренції.</i>
Чому це цікаво/варто вивчати (мета)	<i>Метою вивчення є набуття здобувачами вищої освіти практичних знань і навичок застосування лідерських підходів та інструментів маркетингу персоналу для ефективного управління людським капіталом у глобальному бізнес-середовищі, зокрема в діяльності транснаціональних корпорацій. Вивчення дисципліни забезпечуватиме формування здатності розробляти й реалізовувати управлінські та маркетингові рішення у сфері залучення, мотивації, розвитку та утримання персоналу в транснаціональних організаціях, а також управляти мультикультурними командами в умовах міжнародної конкуренції, організаційних змін і кроскультурної взаємодії.</i>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>–розуміти концептуальні засади сучасних теорій лідерства та маркетингу персоналу, їх еволюцію й роль у формуванні та реалізації HR-стратегій транснаціональних корпорацій у глобальному бізнес-середовищі;</p> <p>–використовувати кількісні та якісні методи маркетингового й HR-аналізу для дослідження глобального ринку праці, сегментації цільових аудиторій персоналу та обґрунтування ціннісної пропозиції роботодавця (EVP);</p> <p>–оцінювати ефективність лідерських моделей, HR-бренду та інструментів маркетингу персоналу з позицій конкурентоспроможності організації, залученості, продуктивності й утримання людського капіталу;</p>

	<p>–аналізувати поведінкові, мотиваційні та кроскультурні особливості кандидатів і працівників, а також динаміку функціонування мультикультурних команд у контексті глобальних трансформацій і організаційних змін;</p> <p>–виконувати розроблення, аналітичне обґрунтування та презентацію HR-проектів і управлінських рішень, спрямованих на розвиток лідерського потенціалу, підвищення ефективності персоналу та стратегічну стійкість організацій у глобальному бізнес.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<p>Набуті в межах дисципліни знання та вміння формують здатність здобувачів вищої освіти ефективно застосовувати лідерські підходи й інструменти маркетингу персоналу для розроблення та реалізації HR-стратегій, управління людським капіталом і розвитку HR-бренду в умовах глобального бізнес-середовища, зокрема в транснаціональних корпораціях. Сформовані компетентності забезпечують спроможність приймати обґрунтовані управлінські рішення, здійснювати аналітичну оцінку ринку праці, управляти мультикультурними командами та впроваджувати ціннісно орієнтовані HR-проекти з урахуванням міжнародної конкуренції, кроскультурних відмінностей і динаміки організаційних змін.</p>
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни (перелік тем):</p> <p>Лідерство в системі сучасного менеджменту та глобального бізнесу</p> <p>Теорії та моделі лідерства в управлінні персоналом</p> <p>Цінності, етика та соціальна відповідальність лідера в глобальних організаціях</p> <p>Маркетинг персоналу як інструмент стратегічного управління людським капіталом</p> <p>HR-бренд та ціннісна пропозиція роботодавця (EVP) у транснаціональних корпораціях</p> <p>Мотивація, залученість і розвиток персоналу в мультикультурних командах</p> <p>Лідерство змін та управління персоналом в умовах організаційних трансформацій</p> <p>Кейс-орієнтований аналіз лідерства та маркетингу персоналу в глобальних компаніях</p> <p>Вид занять: лекційні, практичні</p> <p>Методи навчання: під час навчальних занять, як практичних, так і лекційних, використовуються словесні методи навчання (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри); дослідницькі методи (наукові доповіді, наукові повідомлення); інноваційні</p>

	<p>методи (робота в малих групах, семінар-дискусія, мозкова атака, презентація, кейси, ситуаційні завдання).</p> <p>Форми навчання: денна/заочна/дистанційна</p>
<p>Інформаційне забезпечення</p>	<p>Основні джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Northouse, P. G. (2019). <i>Leadership. Theory and Practice Eighth Edition</i>. Western Michigan University. SAGE. 729 p. 2. Bratton, J. (2023) <i>Organizational Leadership. Second Edition</i>. SAGE. 480 p. 3. Rossouw, D. (2023) <i>Ethical Leadership Handbook</i>. The Ethics Institute. 68 p. 4. Salako, S. E. (2023) <i>Transnational Corporations, Conflict and Human Rights</i>. Generis Publishing. 155 p. 5. Bartlett, C. A., Beamish, P. W., Delios, A. (2024) <i>Transnational Management: concepts and Cases in Cross-Border Management</i>. Cambridge University Press. 544 p. <p>Додаткові джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Орленко О. М., Афанасьєва В. Д. Сучасні підходи до управління персоналом на прикладі ТНК. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2024. № 10 (323). С. 103-109. DOI: https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-10-323-103-109 2. Торічний В. О., Ткачук Д. В., Кузь Ю. М. Цифрова трансформація та лідерство: нові вимоги до керівників в епоху технологій. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми. 2025. № 5. DOI: https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.5.16 3. Smerichevskiy, S., Polous, O., Mykhalchenko I., Raicheva L. (2023) Formation of marketing competencies in case of startups integration into the intellectualized market space. <i>Modern Trends in Financial and Innovation Data Processes</i>, T.1, Springer Nature, 43-60. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_3 4. Polous, O., Heiets, I., Mykhalchenko, I., & Krapko, O. (2022) Personnel Marketing in the System of Airline Anti-Crisis Management. <i>Marketing and Management of Innovations</i>, 4, 20-29. DOI: https://doi.org/10.21272/mmi.2022.4-03 5. Polous, O., Mykhalchenko I., Radchenko H., Lysenko O. (2024) Anticrisis marketing of IT sector companies in the conditions of economic activity's informatization and intellectualization. <i>Proceedings of International Conference on Applied Innovation in IT</i>, Vol. 12, Iss. 1, pp. 189-195. DOI: https://doi.org/10.25673/115697 6. Крисько Ж. Л. Проблема лідерства в сучасному менеджменті. <i>Економіка та суспільство</i>. 2024. Вип. 68. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-203 7. Лебедєва Н.А. Інноваційне лідерство та

	<p>корпоративна культура як інструменти ефективного менеджменту. Держава та регіони. 2024. № 3 (133). С. 71-75. DOI: https://doi.org/10.32782/1814-1161/2024-3-10</p>
<p>Локація та матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Локація: 2 корпус, аудиторії теоретичного навчання Обладнання: мультимедійний проектор, комп'ютери з доступом до Інтернету. Технології навчання: платформи Google Classroom, Google Meet.</p>
<p>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</p>	<p>Диференційований залік, модульна контрольна робота</p>
<p>Кафедра</p>	<p>Кафедра маркетингу</p>
<p>Факультет</p>	<p>Факультет менеджменту, фінансів та маркетингу</p>
<p>Викладач(и)</p>	<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div> <p>ПОЛОУС ОЛЬГА ВІКТОРІВНА</p> <p>Посада: професор кафедри маркетингу (ФМФМ) Науковий ступінь: доктор економічних наук Вчене звання: доцент</p> <p>Профіль викладача на сайті кафедри маркетингу KAI: https://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/polous-olha-viktorivna E-mail: olha.polous@npp.kai.edu.ua Робоче місце: 2.203 Член ГО «Об'єднання маркетологів України» Сертифікований координатор курсів Genesis</p> </div> </div>
<p>Оригінальність навчальної дисципліни</p>	<p>Оригінальність навчальної дисципліни полягає в інтеграції теорій сучасного лідерства з інструментарієм маркетингу персоналу, що дозволяє комплексно розглядати управління людським капіталом у глобальному бізнес-середовищі. Дисципліна направлена на аналіз практик транснаціональних корпорацій і поєднує лідерські, стратегічні та маркетингові підходи до формування HR-бренду, розвитку персоналу та управління мультикультурними командами. Застосування кейс-орієнтованого та аналітичного підходів забезпечує формування у здобувачів здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах міжнародної конкуренції, організаційних змін і кроскультурної взаємодії.</p>