

**Додаток 2**  
**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ**  
**«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**  
 Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій  
 Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС**  
 навчальної дисципліни

**«Міжнародний маркетинг»**

на 2020-2021 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	3 курс, 6 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
 науковий ступінь і вчене звання,  
 посада

**Трайно Вікторія Миколаївна**  
 к.е.н.,  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Формування системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі міжнародної маркетингової діяльності.
<b>Тривалість</b>	3 кредити ЄКТС/90 годин (лекції 16 год., практичні заняття 20 год., самостійна робота 54 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: іспит
<b>Базові знання</b>	Наявність знань з основ маркетингу
<b>Мова викладання</b>	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПР05).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК03);</li> <li>знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06);</li> <li>здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06);</li> <li>здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК07);</li> <li>здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12);</li> <li>здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової</li> </ul>

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
	діяльності (СК14).

**Тематичний план навчальної дисципліни**

<b>Назва теми</b>	<b>Види робіт</b>	<b>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</b>
<b>Модуль 1. Основні концептуальні положення міжнародного маркетингу</b>		
Тема 1. Міжнародний маркетинг: загальний огляд.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Вибрати країну (за власним бажанням) та підготувати інформацію про її ринок певного товару чи послуги (за власним бажанням).
Тема 2. Середовище міжнародного маркетингу.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати фактори міжнародного маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємства (за вибором студента)
Тема 3. Сегментація світового ринку.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Здійснити сегментацію ринку товару чи послуги (за власним бажанням) обраної країни (за власним бажанням).
Тема 4. Міжнародні маркетингові дослідження.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати програму міжнародного маркетингового дослідження підприємства (за вибором студента).
Тема 5. Вибір ринку та стратегії виходу на зовнішній ринок.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Оберіть стратегії виходу на вибраний зовнішній ринок при відкритті підприємства. Опишіть їх.
<b>Модуль 2. Маркетинговий інструментарій на міжнародному ринку</b>		
Тема 6. Товарна політика та ціноутворення у міжнародному середовищі.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте товарну та цінову політику підприємства.
Тема 7. Міжнародні канали розподілу продукції.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте політику розподілу підприємства.
Тема 8. Міжнародні маркетингові комунікації.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте комунікаційну політику підприємства.

## Інформаційні джерела

### Основні

1. Карпенко Н. В. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навч.-метод. посібник / Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – Режим доступу: [http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt\\_path\\_info=lm.web.view&fDocumentId=778292](http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=778292).
2. Карпенко Н. В. Міжнародний маркетинг : Опорний конспект лекцій / Н. В. Карпенко, І.В. Осоченко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2003. – 63 с.
3. Корнієв В. Л. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посібник / В. Л. Корнієв, В. В. Кулішов, Б. М. Одягайло, та ін.. – Львів : Магнолія-2006, 2017. – 384 с.
4. Мазаракі А.А. Міжнародний маркетинг: підручник / А.А. Мазаракі. –К.: КДТУ, 2007. – 306 с.
5. Пурська І. С. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. С. Занько. — К. : Знання, 2012. — 285 с.
6. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. –Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с.
7. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч.-метод. Посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 236 с.
8. Чеботар С. І. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посібник / за ред. С. І. Чеботар. – Суми : Друк. дім "Папірус", 2015. – 368 с.
9. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посібник / П. О. Черномаз. – Київ : Академвидав, 2010. – 272 с. – (Альма-матер) .

### Додаткові

1. Азарян Е. М. Международный маркетинг : Учеб. пособие / Е. М. Азарян. – 3-е изд. – Х. : НВФ "Студцентр", 2003. – 202 с.
2. Гембл Поль Р., Тапп Алан, Марселла Ентоні, Стоун Мерлім. Маркетингова революція: Радикально новий підхід до перетворення бізнесу, торгової марки та отримання практичних результатів/Пер, з англ; За наук. ред. І.В. Тараненко. — Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. — 448 с.
3. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник — К.: Кондор, 2007 — 152 с.
4. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию/ Пер.с англ. — М.: Дело, 2001. — 448 с.
5. Мних О.Б. Актуальні проблеми управління ринковою вартістю міжнародних компаній/ О. Б. Мних // Стратегія економічного розвитку України: збірник наукових праць Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана. — К.: КНЕУ, 2014. — с. 13-19.
6. Моисеева Н. К. Международный маркетинг и бизнес [Текст] : учеб. пособие для бакалавров и магистров / Н. К. Моисеева. – Москва : Курс : ИНФРА-М, 2016. – 272 с.
7. Моргунов В.И. Международный маркетинг: [учеб. пособие] / В.И. Моргунов. — М.: Дашков и К, 2005. — 150 с.
8. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка. — К.: КНЕУ, 2001. — 538 с.
9. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: Монографія. — К.: КНЕУ, 2004. — 400 с.
10. Т. М. Чумаченко Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
11. Портер Майкл Э. Конкуренция : учеб. пособие : [пер. с англ.] / Майкл Э. Портер. – Москва : Изд. дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	30
Модуль 2 (теми 6-8): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	30
Іспит	40
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни