

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

«Міжнародний маркетинг»

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 4 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр

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

Іваницьова Марина Миколаївна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+380506147458
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Формування системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі міжнародної маркетингової діяльності.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
Система поточного та підсумкового контролю	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
Базові знання	Наявність знань з основ маркетингу
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПР01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПР02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПР03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПР04. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР05. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники,</p>	<p>ЗК01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні.</p> <p>ЗК10. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, в тому числі державною та іноземною мовами.</p> <p>ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані</p>

<p>які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР06. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПР07. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР08. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР09. Діяти соціально відповідальна та громадську свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості</p> <p>ПР10. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки</p> <p>ПР11. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР12. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>	<p>знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень.</p> <p>СК09. Здатність аналізувати та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК10. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК11. Здатність пропонувати шляхи вдосконалення функціональних завдань у сфері маркетингу.</p>
--	---

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Основні концептуальні положення міжнародного маркетингу		
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.
Модуль 2. Маркетинговий інструментарій на міжнародному ринку		
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.
2. Корнієв В. Л. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / В. Л. Корнієв, В. В. Кулішов, Б. М. Одягайло, та ін.. – Львів : Магнолія-2006, 2017. – 384 с.
3. Міжнародний маркетинг: підручник / [А. А. Мазаракі та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі, д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України, заслуж. діяча науки і техніки України; Т. М. Мельник, д-ра екон. наук, проф. ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ : Київ. нац. екон.-торг. ун-т, 2018. Пурська І. С. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. С. Занько. — К. : Знання, 2012. — 285 с.
4. Міжнародний маркетинг: підручник / [Я. С. Ларіна та ін. ; за ред. О. І. Бабічевої]. - Київ : Гельветика, 2018. - 451 с.
5. 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.
6. Чеботар С. І. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / за ред. С. І. Чеботар. – Суми : Друк. дім "Папірус", 2015. – 368 с.
7. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / П. О. Черномаз. – Київ : Академвидав, 2010. – 272 с.

Додаткові

1. 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.
2. Міжнародний маркетинг високих технологій: теорія і практика: монографія / Птащенко О. В. ; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. - Харків : Майдан, 2018. - 384 с.
3. Міжнародний маркетинг і фінанси для малого і середнього бізнесу: методологія і практика: моногр. / Л. Л. Кістерський, І. І. Пузанов, Т. В. Липова. - Прага : Coretex CZ SE, 2018. - 449 с.
4. 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.
5. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 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)	50
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)	50
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