

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»	Освітній рівень	бакалавр			
Спеціальність		075 «Маркетинг»	Семестр	8			
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»	Тип дисципліни	вибіркова			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	8	240	36	-	36	-	168

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Маркетинг. 2. Сучасні види маркетингу 3. Маркетингова політика. 4. Конкурентоспроможність підприємства. 5. Міжнародна економіка. 6. Стратегічний маркетинг
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота
Мета курсу:	надання студентам необхідних теоретичних знань з міжнародного маркетингу та практичних знань застосування міжнародного маркетингового інструментарію.

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК 9. Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища.	ПП 8. Здатність усвідомлювати умови ефективності міжнародної сегментації, проведення міжнародних маркетингових досліджень; застосовувати методику аналізу зовнішніх ринків, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки. ПП10. Здатність до узагальнення інформації, виходу за проблемні, часові та просторові межі, здатність до абстрагування від поточного уявлення про проблему.

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

ПРН 12. Здатність застосовувати сучасні методи підприємницької діяльності на зовнішніх ринках; проводити міжнародні маркетингові дослідження, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ. МІЖНАРОДНІ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ. СЕГМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ.			
Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу Знати: специфіки та форми міжнародного маркетингу Вміти: розрізняти форми міжнародного маркетингового середовища Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10. Результати навчання: ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1,5,6-12	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни

<p>Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище</p> <p>Знати: загальну характеристику міжнародного маркетингового середовища</p> <p>Вміти: розрізняти форми міжнародного маркетингового середовища</p> <p>Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 12</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-12</p>	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних задач.
	Лекція 4	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження</p> <p>Знати: особливості міжнародного маркетингового середовища</p> <p>Вміти: визначати критерії сегментації світового ринку</p> <p>Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 12</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-12</p>	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, навчальна дискусія.
<p>Тема 4. Сегментація світового ринку</p> <p>Знати: критерії сегментації світового ринку</p> <p>Вміти: визначати критерії сегментації світового ринку</p> <p>Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 12</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-12</p>	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 5. Вибір зарубіжних ринків</p> <p>Знати: рівень конкуренції зарубіжних ринків</p> <p>Вміти: визначати рівень конкуренції зарубіжних ринків</p> <p>Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 12</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-12</p>	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія.
	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	9	Проведення модульного контролю №1 «Середовище міжнародного маркетингу. міжнародні маркетингові дослідження. сегментація міжнародного ринку.»
<p>Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу.</p> <p>Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище.</p> <p>Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження.</p> <p>Тема 4. Сегментація світового ринку</p> <p>Тема 5. Вибір зарубіжних ринків</p>	Самостійна робота	1-9	<ol style="list-style-type: none"> 1. Міжнародний маркетинг – це? 2. Етапи інтернаціоналізації? 3. Міжнародне маркетингове середовище – це? 4. Політико – правове середовище міжнародного маркетингу? 5. Суть міжнародних маркетингових досліджень? 6. Типи міжнародних маркетингових досліджень? 7. Стратегії сегментації? 8. Етапи сегментації світового ринку?

Розділ 2. МОДЕЛІ ВИХОДУ НА ЗАРУБІЖНИЙ РИНОК. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ КОМПЛЕКС

<p>Тема 4. Моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній ринки Знати: моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній ринок Вміти: здійснювати стратегії виходу фірми на зовнішній ринок Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10. Результати навчання: ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1-8</p>	Лекція 10	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 11	11	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11	11	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 5. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика Знати: міжнародний маркетинговий комплекс Вміти: використовувати маркетинговий комплекс Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10. Результати навчання: ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1-10</p>	Лекція 12	12	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12	12	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 13	13	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 6. Міжнародна цінова політика Знати: поняття міжнародної цінової політики Вміти: визначати поняття міжнародної цінової політики Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10. Результати навчання: ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-12</p>	Лекція 14	14	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	14	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 15	15	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 7. Міжнародні канали розподілу Знати: міжнародні канали розподілу Вміти: здійснювати міжнародні канали розподілу Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10. Результати навчання: ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1,2, 4,5,6-12</p>	Лекція 16	16	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	16	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 17	17	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17	17	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 8. Міжнародні маркетингові комунікації Знати: комплекс міжнародних маркетингових комунікацій Вміти: визначати комплекс міжнародних маркетингових комунікацій Формування компетенцій: ЗК9, ПП8, ПП10. Результати навчання: ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1,2,4,5,6-12</p>	Лекція 18	18	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 18	18	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Моделі виходу на зарубіжний ринок. Міжнародний маркетинговий комплекс»
<p>Тема 4. Моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній ринки Тема 5. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика Тема 6. Міжнародна цінова політика</p>	Самостійна робота	10-18	1. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок? 2. Стратегії виходу фірми на зовнішній ринок? 3. Складові міжнародного маркетингового середовища? 4. Суть міжнародних маркетингових досліджень?

<p>Тема 7. Міжнародні канали розподілу</p> <p>Тема 8. Міжнародні маркетингові комунікації</p>		<p>5. Етапи міжнародного маркетингового дослідження?</p> <p>6. Міжнародна сегментація ринку?</p> <p>7. Агрегування ринку?</p> <p>8. Етапи сегментації?</p> <p>9. Вибір зарубіжних ринків?</p>
---	--	---

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends - проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle –<http://dl.dut.edu.ua>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб./за ред. Ю.Г. Козака.-Київ, ЦУЛ, 2014 р. -294 с.
2. 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.
3. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-е, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
4. Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб.– Львів: Вид. НУ«Львівська політехніка», 2004. – 148 с.
5. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.
6. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
7. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.
8. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
9. Мазаракі А., Чаюн Т., Мельник Т. Міжнародний маркетинг: Підручник. – К.: Київ. держ. торгово-екон. унів., 2000. – 306 с.
10. Савельєв Є.В. Європейська інтеграція та маркетинг. Наукові нариси. - Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 482 с.
11. Семенова Т.В., Олейнікова С.С., Коняхіна Т.В. Міжнародний маркетинг: Практикум. – Донецьк: ДонДУУ, 2006. – 193 с.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<p><i>Робота на лекціях, у т.ч.:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу) 	за кожне відвідування 0,5 бала

	<ul style="list-style-type: none"> • ведення конспекту • участь у експрес-опитуванні 	за кожну лекцію 1,5 бали	
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:		
	<ul style="list-style-type: none"> • присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу) 	за кожне відвідування 0,5 бала	
	<ul style="list-style-type: none"> • доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді) 	за кожну презентацію максимум 10 балів	
	<ul style="list-style-type: none"> • усне опитування, тестування, рішення практичних задач 	за кожну правильну відповідь 0,5 бала	
	<ul style="list-style-type: none"> • участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання 	за кожну правильну відповідь 2 бали	
	<ul style="list-style-type: none"> • участь у діловій грі 	за кожну участь 3 бали	
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)	Модульний контроль № 1 «Споживча поведінка та чинники, які на неї впливають»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
	Модульний контроль № 2 «Процес прийняття рішень споживачами та поведінкова реакція споживачів»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
	Модульний контроль № 3 «Особливості маркетингових досліджень поведінки споживачів»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
Додаткова оцінка	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри	
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ залік	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у формі співбесіди.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці	
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /затис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
4 - 7	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє	Середній	Задовільно /

	постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>