

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Міжнародний маркетинг»
на 2024-2025 навчальний рік

| | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| Курс та семестр вивчення | 3 курс, 5 семестр |
| Освітня програма/спеціалізація | «Міжнародний бізнес» |
| Спеціальність | 292 Міжнародні економічні відносини |
| Галузь знань | 29 Міжнародні відносини |
| Ступінь вищої освіти | бакалавр |

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

Флегантова Анна Леонідівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри міжнародної
економіки та міжнародних
економічних відносин

| | |
|------------------------------|--|
| Контактний телефон | +380661046294 |
| Електронна адреса | anna.flegantova@gmail.com |
| Розклад навчальних занять | http://schedule.puet.edu.ua/ |
| Консультації | очна http://www.me.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00 |
| Сторінка дистанційного курсу | https://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3008 |

Опис навчальної дисципліни

| | |
|---|---|
| Мета вивчення навчальної дисципліни | Надання теоретичних знань і практичних навичок з аналізу міжнародного маркетингового середовища, сегментації світового ринку товарів і послуг, формування ефективного міжнародного маркетингового комплексу компаній, застосування елементів цифрового маркетингу при просуванні товарів і послуг на зовнішніх ринках |
| 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 |
| Система поточного та підсумкового контролю | Поточний контроль: відвідування занять, захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота |

| | |
|------------------------|---|
| | Підсумковий контроль: екзамен |
| Базові знання | Наявність широких знань з міжнародних економічних відносин, міжнародного бізнесу, кон'юнктурного аналізу в міжнародному бізнесі |
| Мова викладання | Англійська |

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

| Програмні результати навчання | Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач |
|---|--|
| Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі (РН 13). Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків (РН 24). | Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них (СК 5) Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі (СК 6). Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків (СК 11) |

Тематичний план навчальної дисципліни

| Назва теми | Види робіт | Завдання самостійної роботи у розрізі тем |
|---|--|--|
| Модуль 1. Теоретичні основи міжнародної маркетингової діяльності | | |
| Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Підготувати доповідь на тему «Історія бренду міжнародної компанії». Підготувати презентацію на тему «Значення корпоративного кольору бренду у міжнародній маркетинговій діяльності компанії». Розробити брендбук для міжнародної компанії. |
| Тема 2. Форми міжнародного маркетингу | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Здійснити порівняльний аналіз маркетингової діяльності національних підприємств, транснаціональних корпорацій та глобальних компаній. |

| Назва теми | Види робіт | Завдання самостійної роботи у розрізі тем |
|---|--|---|
| Тема 3. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Оцінити міжнародне маркетингове середовище компанії на основі проведеного PESTLE-аналізу. Підготувати SWOT-аналіз діяльності міжнародної компанії. Визначити сильні та слабкі сторони міжнародної компанії, можливості та загрози, що виникають на світовому ринку товарів і послуг під час організації міжнародної маркетингової діяльності. |
| Тема 4. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Підготувати презентації на теми: «Аналіз підходів до вивчення закордонного соціально-культурного середовища»; «Крос-культурний маркетинг». |
| Тема 5. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Визначити міжнародні правові та політичні фактори, що впливають на організацію міжнародної маркетингової діяльності компанії. |
| Тема 6. Міжнародні маркетингові дослідження | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Скласти перелік критеріїв, які використовуються для визначення якості та рівня забезпеченості інформацією при прийнятті міжнародних маркетингових рішень. Підготувати маркетинговий звіт «Оцінка світового ринку товарів/послуг». |
| Тема 7. | Захист домашнього завдання; | Підготувати презентації на |

| Назва теми | Види робіт | Завдання самостійної роботи у розрізі тем |
|---|--|--|
| Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу | обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | теми: «Умови ефективної міжнародної сегментації ринку товарів/послуг»; «Макро- та мікро сегмент світового ринку». |
| Модуль 2. Практичні аспекти міжнародного маркетингу | | |
| Тема 8. Вибір закордонних ринків | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Опанувати модель «чотирьох фільтрів» вибору закордонних ринків для міжнародної компанії. |
| Тема 9. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Розробити маркетинговий план розширення діяльності компанії на зовнішніх ринках. |
| Тема 10. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Здійснити 4-P-аналіз та запропонувати комплекс заходів, які визначають позиціонування товару/послуги на зовнішньому ринку. Розробити цифровий маркетинг-мікс для міжнародної компанії. |
| Тема 11. Міжнародні канали розподілу | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Проаналізувати міжнародну логістичну мережу та канали розподілу продукції компанії. |

| Назва теми | Види робіт | Завдання самостійної роботи у розрізі тем |
|--|--|--|
| Тема 12. Міжнародні маркетингові комунікації | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Розробити рекламні кампанії товару/послуги для різних закордонних ринків. Розрахувати та скласти бюджет міжнародної рекламної кампанії. |
| Тема 13. Міжнародна цінова політика | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Підготувати презентації на теми: «Джерела інформації про світові ціни»; «Цінові ситуації, що виникають в залежності від ступеня інтернаціоналізації компанії»; «Міжнародна цінова політика компанії». |
| Тема 14. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу | Захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування | Підготувати доповідь на тему «Глобальний маркетинг: сутність та особливості». |

Інформаційні джерела

1. Puthussery A. Digital marketing: an overview/ A. Puthussery. – Notion Press, 2020. – 144 p.

2. Зіньцьо Ю.В. Міжнародний маркетинг: Методичні рекомендації та плани семінарських занять для студентів освітнього ступеня магістр спеціальності 075 – «Маркетинг». Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. с. 32

3. Конопліна А. Р. Маркетинг інновацій у міжнародному бізнесі : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра : спец. 292 - міжнародні економічні відносини / наук. кер. В. Ю. Дудченко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 37 с.

4. Flehantova Anna Five Forces Analysis of Top Three Brands in Sportswear / Anna Flehantova, Robert Nyamekye // Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної

академії (м. Полтава, 23 квітня 2020 р.) / за ред. Плаксієнка В. Я., Пилипенко К. А. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2020. – С. 246-248.

5. Flehantova Anna, Kupriienko Yevheniia (2024). Statistical Analysis of the Impact of Branding and Marketing on the Competitiveness of TNCs in the Global Clothing Market (based on the materials of Zara, Nike, Dior, Prada Companies). Здобутки економіки: перспективи та інновації, (7).

6. Kupriienko Yevheniia, Flehantova Anna Application of SWOT-analysis in Branding and Marketing of TNCs in the Global Clothing Market (based on the Materials of Zara, Nike, Dior, Prada Companies). Здобутки економіки: перспективи та інновації, (8).

7. Kupriienko Yevheniia Price And Quality As The Main Factors Of Influence On The Competitiveness Of Companies On The Global Clothing Market // Kupriienko Yevheniia, Flehantova Anna / XXXVI International scientific and practical conference «The Latest Trends and Transformation of Modern Scientific Research» (August 28-30, 2024) Porto, Portugal. International Scientific Unity, 2024. – P. 21-24.

8. Флегантова А.Л. Маркетинговий аналіз діяльності «The Walt Disney Company» на ринку креативних індустрій (2025) Scientific multidisciplinary monograph «education and science in the context of global changes», С. 269-281.

9. Flehantova Anna Innovations and its Impact on the Competitiveness of TNCs on the Creative Industries Market (on the Example of the «Walt Disney Company»). Підприємництво і торгівля. 2023. Випуск 37. С. 93-98.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.
- Крос-платформний сервіс для растрового графічного дизайну Canva.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. 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).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizaciyu-osvitnogo-procesu.pdf>.

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyvannya.pdf.

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidaciyi-zdobuvachamy-vyshhoyi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf>.

Положення про повторне навчання https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-povt-navch.pdf.

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 щодо академічної доброчесності. Студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність»; 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.

В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrocheshnist.pdf.

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannyavypadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf>.

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf.

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita>. Визнанню можуть підлягати результати навчання, отримані у неформальній освіті, що за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як навчальній дисципліні в цілому, так і її окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, які передбачені робочою програмою (силабусом) даної навчальної дисципліни.

Політика вирішення конфліктних ситуацій:

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyla-vyrishennya-konfliktnyh-sytuacij-u-puet.pdf>.

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidsontr.pdf.

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi>.

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet>.

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentykyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet>.

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi>.

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyvediyalnosti>.

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

| Види робіт | Максимальна кількість балів |
|--|-----------------------------|
| Модуль 1 (теми 1-7): захист домашнього завдання (3 бали); обговорення матеріалу занять (3 бали); виконання навчальних завдань (3 бали); завдання самостійної роботи (3 бали); тестування (3 бали); поточна модульна робота (10 балів) | 30 |
| Модуль 2 (теми 8-14): захист домашнього завдання (3 бали); обговорення матеріалу занять (3 бали); виконання навчальних завдань (3 бали); завдання самостійної роботи (3 бали); тестування (3 бали); поточна модульна робота (10 балів) | 30 |
| Поточне оцінювання | 60 |
| Екзамен | 40 |
| Разом | 100 |

Перелік активностей для отримання додаткових балів

| Види робіт | Максимальна кількість балів |
|--|-----------------------------|
| Участь у студентському науковому гуртку «Глобус» | 5 |

| Види робіт | Максимальна кількість балів |
|---|------------------------------------|
| Участь у наукових студентських конференціях | 10 |
| Підготовка наукового проєкту | 10 |

Примітка: додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, яка не може перевищувати 100 балів.

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 |