

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Інститут економіки, управління та інформаційних технологій
 Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
 «Міжнародний маркетинг»
 на 2020-2021 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

Туль Світлана Іванівна
 к.е.н.,
 доцент кафедри міжнародної
 економіки та міжнародних
 економічних відносин

Контактний телефон	+38 0532 50-91-68
Електронна адреса	puet.me@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна пн-пт з 17.30-18.30 он-лайн: електронною поштою, пн-пт з пн-пт з 17.30-18.30
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

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	Українська, англійська, російська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення (РН 3). 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).</p> <p>Розуміти та застосовувати чинне законодавство, міжнародні нормативні документи і угоди, довідкові матеріали, чинні стандарти і технічні умови тощо у сфері міжнародних економічних відносин (РН 19).</p> <p>Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків (РН 24)</p>	<p>Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них (СК 5).</p> <p>Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі (СК 6).</p> <p>Здатність аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин (СК 7).</p> <p>Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків (СК 11)</p>

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	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних	Підготувати доповідь на тему «Історія бренду міжнародної компанії». Підготувати презентацію на тему «Значення

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	корпоративного кольору бренду у міжнародній маркетинговій діяльності компанії». Розробити брендбук для міжнародної компанії.
Тема 2. Форми міжнародного маркетингу	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	Здійснити порівняльний аналіз маркетингової діяльності національних підприємств, транснаціональних корпорацій та глобальних компаній.
Тема 3. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект	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	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	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	Підготувати презентації на теми: «Аналіз підходів до вивчення закордонного соціально-культурного середовища»; «Крос-культурний маркетинг».
Тема 5. Політико-правове середовище	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих	Визначити міжнародні правові та політичні фактори, що впливають на організацію міжнародної маркетингової

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
міжнародного маркетингу	групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	діяльності компанії.
Модуль 2. Практичні аспекти міжнародного маркетингу		
Тема 6. Міжнародні маркетингові дослідження	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	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. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу	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	Підготувати презентації на теми: «Умови ефективної міжнародної сегментації ринку товарів/послуг»; «Макро- та мікро сегмент світового ринку».
Тема 8. Вибір закордонних ринків	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	Опанувати модель «чотирьох фільтрів» вибору закордонних ринків для міжнародної компанії.
Тема 9. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок	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	Розробити маркетинговий план розширення діяльності компанії на зовнішніх ринках.
Тема 10.	Відвідування занять; захист	Здійснити 4-P-аналіз та

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика	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	запропонувати комплекс заходів, які визначають позиціонування товару/послуги на зовнішньому ринку. Розробити цифровий маркетинг-мікс для міжнародної компанії.
Тема 11. Міжнародні канали розподілу	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	Проаналізувати міжнародну логістичну мережу та канали розподілу продукції компанії.
Тема 12. Міжнародні маркетингові комунікації	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	Розробити рекламні кампанії товару/послуги для різних закордонних ринків. Розрахувати та скласти бюджет міжнародної рекламної кампанії.
Тема 13. Міжнародна цінова політика	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	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	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	Підготувати доповідь на тему «Глобальний маркетинг: сутність та особливості».

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	

Інформаційні джерела

1. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
2. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
3. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
4. 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.
5. Baack D.W. International marketing / D.W. Baack, B. Czarnecka, D. Baack. – SAGE Publications Ltd, 2018. – 672 p.
6. International marketing /Edited by Yuriy Kozak, Sławomir Smyczek. – Kiev - Katowice : CUL, 2015. – 279 p.
7. International marketing / P. Cateora, J. Graham, M. Gilly, B. Money. – McGraw-Hill Education, 2019. – 720 p.
8. Kotler P. Marketing 4.0: moving from traditional to digital / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – John Wiley & Sons, 2016. – 208 p.
9. Mooij M. Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes / M. de Mooij. – SAGE Publications Ltd, 2018. – 512 p.
10. Puthussery A. Digital marketing: an overview/ A. Puthussery. – Notion Press, 2020. – 144 p.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

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

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/publicna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (5 балів); 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 6-14): відвідування занять (5 балів); 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

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