



Силабус навчальної дисципліни

«Методологія міжнародного маркетингу, сучасний інструментарій»

Спеціальність	292 «Міжнародні економічні відносини»
Освітня програма	«Міжнародні економічні відносини»
Освітній рівень	третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	2 рік, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) заняття – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин, ауд. 36 (2 корп.) https://kafmev.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Гронь Олександра Вікторівна, к.е.н., доц.;
Контактна інформація викладача (-ів)	kafecan@hneu.edu.ua
Дні занять	Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі міжнародних економічних відносин, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

Метою навчальної дисципліни є формування знань щодо методології та навичок застосування інструментарію міжнародної маркетингової діяльності в сучасних умовах.

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Методологія та організація наукових досліджень	Науково-дослідна робота
Світове господарство, тенденції та закономірності його розвитку	

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу.

Тема 1. Трансформація глобального економічного простору.

Тема 2. Теоретичні та методичні основи міжнародного маркетингу. Глобальний маркетинг.

Тема 3. Міжнародне маркетингове середовище та маркетингові дослідження. Тенденції та закономірності розвитку міжнародного ринку.

Тема 4. Організаційні форми виходу на міжнародні ринки.

Змістовий модуль 2. Особливості використання інструментарію міжнародного маркетингу на світовому ринку.

Тема 5. Інструментарій міжнародного маркетингу. Інформаційні технології у міжнародному маркетингу.

Тема 6. Управління міжнародним маркетингом. Міжнародна торгівля ліцензіями та ноу-хау. Особливості товарної політики в міжнародному маркетингу. Цінова політика в міжнародному маркетингу.

Тема 7. Збутова політика у міжнародному маркетингу. Комунікаційна політика в міжнародному маркетингу



Тема 8. Міжнародний маркетинг високих технологій. Трансформація поведінки споживачів продукції ринку високих технологій.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
ПНС ХНЕУ ім. С.Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Формою семестрового контролю є залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти отримати залік – 60 балів.

Підсумковий контроль здійснюється у вигляді семестрового контролю.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку. Залікова оцінка визначається шляхом сумування балів за усі види поточного контролю.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. У випадку недотримання політики академічної доброчесності передбачено повторне проходження оцінювання.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<http://www.repository.hneu.edu.ua/>)