



Силабус навчальної дисципліни
«Міжнародний маркетинг»

| | |
|---|--|
| Спеціальність | 073 Менеджмент |
| Освітня програма | Міжнародний менеджмент |
| Освітній рівень | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| Статус дисципліни | Обов'язкова |
| Мова викладання | Українська |
| Курс / семестр | 4 курс, 7 семестр |
| Кількість кредитів ЄКТС | 5 кредитів |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Самостійна робота – 102 год. |
| Форма підсумкового контролю | Іспит |
| Кафедра | Кафедра міжнародної економіки і менеджменту, ауд. 201 головного корпусу, телефон: (057) 702-18-32, (дод. 3-46), сайт кафедри: http://mev.hneu.edu.ua/international-economics-and-management/ |
| Викладач (-і) | Шталь Тетяна Валеріївна, доктор економічних наук, професор |
| Контактна інформація викладача (-ів) | shtalvt@gmail.com |
| Дні занять | Лекції: <u>згідно діючого розкладу занять</u> Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u> |
| Консультації | На кафедрі міжнародної економіки і менеджменту, очні, відповідно до графіка консультацій, індивідуальні, чат в ПНС |
| <p>Мета навчальної дисципліни: формування у студентів системи теоретичних знань, прикладних вмінь і навичок щодо розроблення ефективного маркетингового комплексу підприємства на міжнародному ринку, здійснення ефективного управління маркетингом підприємства на міжнародному ринку та прийняття оптимальних управлінських рішень про вихід на міжнародний ринок в умовах мінливості зовнішнього середовища.</p> | |
| <p>Передумови для навчання</p> <p>Перелік попередньо прослуханих дисциплін: Маркетинг, Менеджмент, Економіка підприємства, Статистика</p> | |
| <p>Зміст навчальної дисципліни</p> <p>Змістовий модуль 1. Міжнародний маркетинг у системі економічних відносин міжнародного підприємництва</p> <p>Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу.</p> <p>Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект, соціально-культурне та політико-правове середовище.</p> <p>Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження.</p> <p>Тема 4. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу.</p> <p>Тема 5. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок.</p> <p>Змістовий модуль 2. Комплекс міжнародного маркетингу та управління маркетинговими можливостями на зовнішніх ринках.</p> <p>Тема 6. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика.</p> <p>Тема 7. Міжнародна цінова політика.</p> <p>Тема 8. Міжнародні канали розподілу.</p> <p>Тема 9. Міжнародні маркетингові комунікації.</p> | |



Тема 10. Управління міжнародною маркетинговою діяльністю.

Тема 11. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу. Принципи реалізації міжнародного маркетингу в Україні.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)

<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4311>

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні, практичні (семінарські) заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних (семінарських) занять та самостійної роботи, оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 60 та підсумковий (іспит) – 40 балів, мінімально можлива кількість балів за поточний контроль – 35 та підсумковий (іспит) – 25 балів.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у 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. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/25521>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри «27» травня 2022 року. Протокол № 11