



**Силабус навчальної дисципліни
«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»**

Спеціальність	051 Економіка 073 Менеджмент
Освітня програма	Міжнародна економіка Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Базова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	6
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год. Практичні (семінарські) – 30 год. Самостійна робота – 120 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, проспект Науки, 9А, Харків, Харківська область, 61000. головний корпус, к. 201, +38 (057) 702-18-32, http://mev.hneu.edu.ua/international-economics-and-management/
Викладач (-і)	Шталь Тетяна Валеріївна, декан факультету Міжнародних економічних відносин, доктор економічних наук, професор Плеханова Тетяна Євгенівна, викладач Зубко Дар'я Олександрівна, викладач
Контактна інформація викладача (-ів)	shtaltv@gmail.com retianapliekhanova@gmail.com +380665748011 Daria.zubko03@gmail.com +380501413008
Дні занять	понеділок, вівторок, середа
Консультації	дистанційні; за домовленістю з ініціативи здобувача; індивідуальні
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.	
Передумови для навчання Маркетинг, менеджмент, економіка підприємства, статистика, економічний аналіз	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Міжнародний маркетинг у системі економічних відносин міжнародного підприємництва	
Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу.	
Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект, соціально-культурне та політико-правове середовище.	
Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження.	
Тема 4. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу.	
Тема 5. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок.	
Змістовий модуль 2. Комплекс міжнародного маркетингу та управління маркетинговими можливостями на зовнішніх ринках.	
Тема 6. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика	



Тема 7. Міжнародна цінова політика
Тема 8. Міжнародні канали розподілу
Тема 9. Міжнародні маркетингові комунікації
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

Система електронного забезпечення навчання – Moodle, в якій розміщуються допоміжні матеріали до теоретичного курсу дисципліни, методичне забезпечення до практичних занять та індивідуальних завдань, , тестові завдання. Програмне забезпечення: Microsoft Office

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)

*Розміщено навчально-методичне забезпечення (робоча програма навчальної дисципліни, технологічна карта дисципліни, методичні рекомендації до виконання практичних робіт та індивідуальних завдань з дисципліни). Також курс містить лекції та практичні завдання за темами.
<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4311>*

Рекомендовані джерела

1. Основна

1. Азарян, Е. М. Международный маркетинг: учеб.-практ. пособие / Е. М. Азарян. – К. : ИСМО МО Украины, НВФ «Студцентр», 2008. – 200 с.
2. Козак Ю. Г. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навч. посіб. в питаннях та відповідях / Козак Ю. Г. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 302 с.
3. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 294 с.
4. Пурська І. С. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2012. – 285 с.
5. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / П. О. Черномаз. – К. : Академвидав, 2010. – 272 с.
6. Шталь Т. В. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. - Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. - 274 с.

2. Додаткова

7. Багиев Г. Л. Международный маркетинг / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – СПб. : Питер, 2008. – 688 с.
8. Балабанова Л. В. Маркетинг. – К: КНЕУ, 2011. – 543 с.
9. Барановська М. І. Міжнародний маркетинг. – К. : ЦУЛ, 2013. – 302 с.
10. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О. Л. Каніщенко. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
11. Келлер К. Л., Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб : Питер, 2014. – 800 с.
12. Лисица Н. М. Международный маркетинг: учеб. пособие / Н. М. Лисица, В. Д. Рогожин, В. В. Юрченко. – Х. : Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004. – 176 с.
13. Маджаро С. Международный маркетинг / С. Маджаро. – М. : Международные отношения, 2005. – 264 с.
14. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. / І. О. Піддубний, І. Е. Астахова, Л. М.



- Бондаренко та ін. / За редакцією проф. І. О. Піддубного. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. – 252 с.
15. Мозговий О. М. Товарна політика і планування товару в міжнародному маркетингу / О. М. Мозговий. – К. : КДЕУ, 2005. – 126 с.
 16. Мозговий О. М. Стратегія виходу на зовнішній ринок / О. М. Мозговий. – К. : КДЕУ, 2005. – 221 с.
 17. Новицкий В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг / В. Е. Новицкий. – К. : Либра, 2005. – 190 с.
 18. Ноздрева Р. Б. Международный маркетинг : учебник / Р. Б. Ноздрева. – М. : Экономиста, 2005. – 990 с.
 19. Павленко А. Ф., Войчак А. В., Решетнікова І. Л. Маркетинг. – К. : КНЕУ, 2010. – 600 с.
 20. Полторак В. А. Маркетингові дослідження. – К. : ЦУЛ, 2014. – 342 с.
 21. Пономаренко В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луковский. – Х. : ХГЭУ, 2002. – 252 с.
 22. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / Т. М. Циганкова. – К. : КНЕУ, 2006. – 119 с.
 23. Черенков В. Международный маркетинг: учеб. пособие / В. Черенков. – СПб. : Общество «Знание», 2008. – 400 с.
 24. Чумаченко Т. М. Міжнародний маркетинг: навч.-метод. посіб. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
 25. Акулич И. Л. Международный маркетинг: учеб. пособие / И. Л. Акулич. – Мн. : Выш. шк., 2006. – 544 с.
 26. Савельев С. В. Новітній маркетинг: навч. посіб. / С. В. Савельев, С. І. Чеботар, Д. А. Штефаніч та ін. – К. : Знання, 2008 – 420 с.
 27. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. з грифом МОНМС України / Я. С. Ларіна, А. Л. Скрипник, Р. І. Буряк, А. В. Рябчик та ін. – Суми : Папірус, 2011. – 199 с.
 28. Семенова Т. В., Олейнікова С. С., Коняхіна Т. В. Міжнародний маркетинг: практикум. – Донецьк : ДонДУУ, 2006. – 193 с
 29. Юлегіна І. В. Управління міжнародним маркетингом: навч. посіб. / І. В. Юлегіна. – Х. : ХНЕУ, 2009. – 146 с.

3. Інформаційні ресурси

30. Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada/kiev.ua.
31. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – . Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua.
32. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
33. Динаміка промислового виробництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
34. ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.europa.eu.int.
35. Зовнішня торгівля України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
36. Інститут міжнародної економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.iie.com.



37. Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua.
38. Лига Бизнес Информ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.liga.net.
39. Міжнародна торгова палата [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.iccwbo.org.
40. Нормативные акты Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступу : www.nau.kiev.ua.
41. Право. Украина [Электронный ресурс]. – Режим доступу : www.legal.com.ua/cgi-bin/matrix.cgi/pravo.html.
42. Річні звіти суб'єктів господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.smida.gov.ua.
43. Світова організація торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.wto.org.
44. Статистична звітність емітентів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.smida.gov.ua/db/emitent.
45. Центр зовнішньоекономічних зв'язків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.biz-center.ua.

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських, лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі колоквиуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських, практичних і лабораторних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються; ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії; логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; арифметична правильність виконання індивідуального та комплексного розрахункового завдання; здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання; застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладення міркувань; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання



методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімум можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімум можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (приклад)

Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекції	7,5
Практичні заняття	7,5
Поточні тести	10
ІНДЗ	15
Колоквіум	20
Екзамен	40
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		



Політика навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна потребує: підготовки до практичних занять; опрацювання рекомендованої основної та додаткової літератури. Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з програмою навчальної дисципліни; вивчення теоретичного матеріалу; виконання завдань, запропонованих для самостійного опрацювання; виконання індивідуальних завдань. Виконані індивідуальні завдання здобувача повинні демонструвати ознаки самостійності виконання поставлених завдань, відсутність ознак повторюваності та плагіату. Робота в якій будуть виявлені ознаки повторюваності або плагіату не буде зарахована, оцінка за таку роботу виставлятися не буде. Присутність здобувачів вищої освіти на практичних заняттях є обов'язковою. Пропущені з поважних причин заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримувати навчально-академічної етики та графіка навчального процесу; бути зваженим, уважним. Оцінка за завдання, що виконано та здано пізніше встановленого терміну, знижується.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4311>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності 28.08.2020 р. Протокол № 1