



**Силабус навчальної дисципліни
«Міжнародний В2В маркетинг»**

| | |
|---|---|
| Спеціальність | <i>Всі</i> |
| Освітня програма | <i>Всі</i> |
| Освітній рівень | <i>Другий (магістр)</i> |
| Статус дисципліни | <i>Вибіркова (маг-майнор)</i> |
| Мова викладання | <i>Українська</i> |
| Курс / семестр | <i>1 курс, 1 семестр</i> |
| Кількість кредитів ЄКТС | <i>5 ЄКТС</i> |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | <i>Лекції – 20 год.</i> |
| | <i>Практичні (семінарські) – 20 год.</i> |
| | <i>Самостійна робота – 110 год.</i> |
| Форма підсумкового контролю | <i>Залік</i> |
| Кафедра | <i>Економіки підприємства та організації бізнесу, другий корпус, ауд.40, http://www.kafepm.hneu.edu.ua/</i> |
| Викладачі | <i>Панчук Анастасія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент</i> |
| Контактна інформація викладача | <i>anastasiya.panchuk@hneu.net</i> |
| Дні занять | <i>Середа IV-V пара</i> |
| Консультації | <i>Понеділок 14:00 – 16:00, Середа 10.00-12.00 – очні Через систему ПНС - дистанційні</i> |
| Мета навчальної дисципліни - навчальної дисципліни є формування у студентів системи компетентностей щодо обґрунтування управлінських рішень в маркетинговій діяльності на міжнародних ринках. | |
| Передумови навчання: наявність базових знань про ринок, управління та маркетингову діяльність підприємства. | |
| Зміст навчальної дисципліни Змістовий модуль 1 Концептуальні основи міжнародного В2В маркетингу Тема 1. Специфіка сучасного В2В та В2С маркетингу Тема 2. Комплекс міжнародного В2В маркетингу Тема 3. Маркетингові дослідження бізнес ринків Тема 4. Побудова міцного бренду міжнародної компанії Тема 5. Розробка цінових стратегій та програм міжнародної компанії Змістовий модуль 2. Організація маркетингової діяльності міжнародної компанії Тема 6. Управління інтегрованими маркетинговими каналами збуту Тема 7. Інтегровані маркетингові комунікації Тема 8. Нейромаркетинг як основа успішного просування товарів на міжнародному ринку Тема 9. Прийняття рішень по міжнародній програмі В2В маркетингу Тема 10. Організація та контроль маркетингової діяльності міжнародної компанії | |
| Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни: | |
| Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система) | https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5020 Робоча програма, технологічна карта, презентації лекцій, завдання для практичних занять, самостійної роботи, інтерактивні завдання |
| Рекомендовані джерела 1. Котлер, Ф. Основи маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. - М.: Вільямс; Издание 9-е, 2020. - 908 с. 2. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. - М.: | |



| Международные отношения, 2020. - 416 с. | | | |
|---|-------------|--|---------------|
| 3. Международная маркетинговая группа: маркетинговые исследования и анализ рынка, управленческий и стратегический консалтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketing-ua.com . | | | |
| 4. Колотилов Е. Продажи B2B: 101 кейс. – СПб.: Питер, 2019. – 208 с. | | | |
| Система оцінювання результатів навчання | | | |
| <i>ХНЕУ ім. С. Кузнеця використовує накопичувальну (100 балів) систему оцінювання. Підсумкова кількість балів, яку може накопичити здобувач вищої освіти складається з суми балів за поточну та підсумкову успішність. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.</i> | | | |
| Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни | | | |
| Активна робота на лекції | | | 5 |
| Виконання практичних завдань | | | 22 |
| Контроль самостійної роботи | | | 13 |
| Презентація | | | 21 |
| Поточні контрольні роботи | | | 19 |
| Колоквіуми | | | 20 |
| 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, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | А | Відмінно | зараховано |
| 82 – 89 | В | Добре | |
| 74 – 81 | С | Добре | |
| 64 – 73 | D | Задовільно | |
| 60 – 63 | E | Задовільно | не зараховано |
| 35 – 59 | FX | Незадовільно | |
| 1 – 34 | F | Незадовільно | |

Політики навчальної дисципліни

Політика навчальної дисципліни базується на засадах академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця. <https://www.hneu.edu.ua/akademichna-dobrochesnist/>

Заборонено оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства.

Списування під час контрольних (модульних) робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів)

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни:

https://pns.hneu.edu.ua/pluginfile.php/471067/mod_resource/content/1/Робоча%20програма%20B2B%20нов%202108.docx