

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни

### «Кроскультурний маркетинг»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Іваннікова Марина Миколаївна**  
к.е.н., доцент  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	<a href="mailto:ivannikovam83@gmail.com">ivannikovam83@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	он-лайн: у месенджерах, електронною поштою
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

#### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Формування системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі міжнародної маркетингової діяльності.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність знань з маркетингу
<b>Мова викладання</b>	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"><li>виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПР05).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК03);</li><li>знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06);</li><li>здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06);</li><li>здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК07);</li><li>здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12);</li><li>здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).</li></ul>

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль 1. Основні складові кроскультурного маркетингу</b>		
Тема 1. Тенденції світових ринків у контексті маркетингової діяльності	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Вибрати країну (за власним бажанням) та підготувати інформацію про її ринок певного товару чи послуги (за власним бажанням).
Тема 2. Середовище міжнародного маркетингу.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати фактори міжнародного маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємства (за вибором студента)
Тема 3. Особливості культурного середовища світового ринку.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Здійснити сегментацію ринку товару чи послуги (за власним бажанням) обраної країни (за власним бажанням).
Тема 4. Дослідження споживачів та їх поведінкових особливостей в контексті кроскультурних комунікацій.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати програму міжнародного маркетингового дослідження споживачів (за вибором студента).
Тема 5. Вибір ринку та стратегії виходу на зовнішній ринок.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізуйте сферу міжнародної діяльності підприємства. Оберіть стратегії виходу на зовнішній ринок, опишіть їх.
<b>Модуль 2. Бізнес-середовище організації та кроскультурні маркетингові рішення</b>		
Тема 6. Моделі світових ділових культур і національні відзнаки кроскультурних підприємницьких комунікацій.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізуйте приклади моделей кроскультурних комунікацій різних країн світу
Тема 7. Міжнародні канали розподілу продукції.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте політику розподілу підприємства.
Тема 8 Застосування бізнессередовища організації та кроскультурні маркетингові рішення.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте комунікаційну політику підприємства.

## Інформаційні джерела

### Основні

1. Cross-Cultural Issues in Marketing Communications: An Anthropological Perspective of International Business. Kathy Tian Beijing, Luis Borges. Режим доступу: [http://www.na-businesspress.com/ijcm/tiankweb2\\_1\\_.pdf](http://www.na-businesspress.com/ijcm/tiankweb2_1_.pdf)
2. Cross-cultural marketing challenges in global environment. Dr. Krishna Mohan Vaddadi, Sreenivas Thandava. Режим доступу: <https://bit.ly/3w5ug31>
3. CULTURAL CONTEXT AND CROSS-CULTURAL MARKETING STRATEGIES BETWEEN ITALY AND CHINA. THE CASE OF AMARENA FABBRIO. Tiziano Vescovi, Federica Bettati. Режим доступу: <https://bit.ly/3i8mnBM>
4. Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Ніна Статінова, Світлана Радченко. Режим доступу: <https://bit.ly/3JRBmwc>
5. Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Ніна Статінова, Світлана Радченко. Режим доступу: <https://bit.ly/3JRBmwc>
6. Карпенко Н. В. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навч.-метод. посібник / Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – Режим доступу: <https://bit.ly/3wQA4OA> .
7. Міжнародний маркетинг: навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Співаковська Т.В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 67 с.
8. Птащенко О. В., Отенко І. П. Методологічні основи дослідження міжнародного маркетингу високих технологій. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. 2019. № 3 (135). С. 27–37.
9. 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.
10. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://litpro2.oa.edu.ua/books/preview/6886>
11. Чеботар С. І. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посібник / за ред. С. І. Чеботар. – Суми : Друк. дім "Папірус", 2015. – 368 с.
12. Чмут Т. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://subject.com.ua/pdf/38.pdf>

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

#### 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: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» ([http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya\\_pro\\_akademichnu\\_dobrochesnist\\_2020.pdf](http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf)); 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/neformalna-osvita>; Положення про зарахування результатів неформальної освіти

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-8): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Разом	100

**Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка за шкалою ЄКТС</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
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