

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

**Навчально-науковий інститут денної освіти**

Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни

«Міжнародний маркетинг»

на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	3 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Міжнародна економіка»
Спеціальність	051 Економіка
Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Ступінь вищої освіти	бакалавр

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

**Флегантова Анна Леонідівна**  
к.е.н.,  
доцент кафедри міжнародної  
економіки та міжнародних  
економічних відносин

Контактний телефон	+380661046294
Електронна адреса	anna.flegantova@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.me.puet.edu.ua/">http://www.me.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3004">http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3004</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Надання теоретичних знань і практичних навичок з аналізу міжнародного маркетингового середовища, сегментації світового ринку товарів і послуг, формування ефективного міжнародного маркетингового комплексу компаній, застосування елементів цифрового маркетингу при просуванні товарів і послуг на зовнішніх ринках
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.) – денна форма навчання 5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 4 год., практичні заняття 2 год., самостійна робота 144 год.) – заочна форма навчання
<b>Форми та методи навчання</b>	Форми: лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом Методи: кейс-стаді, тренінги та ділові ігри, бесіди та дискусії, метод проектів

<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять, захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: ПМК
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з міжнародних економічних відносин, міжнародного бізнесу, кон'юнктурного аналізу в міжнародному бізнесі
<b>Мова викладання</b>	Українська, англійська

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

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).</li> <li>• Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.</li> <li>• Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.</li> <li>• Вміти використовувати дані, надавати аргументацію, критично оцінювати логіку та формувати висновки з наукових та аналітичних текстів з економіки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</li> <li>• Навички міжособистісної взаємодії.</li> <li>• Здатність діяти соціально відповідально та свідомо</li> <li>• Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях.</li> <li>• Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.</li> <li>• Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.</li> </ul>

**Тематичний план навчальної дисципліни**

<b>Назва теми</b>	<b>Види робіт</b>	<b>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</b>
<b>Модуль 1. Теоретичні основи міжнародної маркетингової діяльності</b>		
Тема 1. Теоретичні засади	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання	Підготувати доповідь на тему «Історія бренду міжнародної компанії».

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
міжнародного маркетингу	навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентацію на тему «Значення корпоративного кольору бренду у міжнародній маркетинговій діяльності компанії». Розробити брендбук для міжнародної компанії.
Тема 2. Форми міжнародного маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Здійснити порівняльний аналіз маркетингової діяльності національних підприємств, транснаціональних корпорацій та глобальних компаній.
Тема 3. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Оцінити міжнародне маркетингове середовище компанії на основі проведеного PESTLE-аналізу. Підготувати SWOT-аналіз діяльності міжнародної компанії. Визначити сильні та слабкі сторони міжнародної компанії, можливості та загрози, що виникають на світовому ринку товарів і послуг під час організації міжнародної маркетингової діяльності.
Тема 4. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентації на теми: «Аналіз підходів до вивчення закордонного соціально-культурного середовища»; «Крос-культурний маркетинг».
Тема 5. Політико-	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення	Визначити міжнародні правові та політичні фактори,

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
правове середовище міжнародного маркетингу	матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	що впливають на організацію міжнародної маркетингової діяльності компанії.
<b>Модуль 2. Практичні аспекти міжнародного маркетингу</b>		
Тема 6. Міжнародні маркетингові дослідження	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Скласти перелік критеріїв, які використовуються для визначення якості та рівня забезпеченості інформацією при прийнятті міжнародних маркетингових рішень. Підготувати маркетинговий звіт «Оцінка світового ринку товарів/послуг».
Тема 7. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентації на теми: «Умови ефективної міжнародної сегментації ринку товарів/послуг»; «Макро- та мікро сегмент світового ринку».
Тема 8. Вибір закордонних ринків	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Опанувати модель «чотирьох фільтрів» вибору закордонних ринків для міжнародної компанії.
Тема 9. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання	Розробити маркетинговий план розширення діяльності компанії на зовнішніх ринках.

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	самостійної роботи; тестування	
Тема 10. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Здійснити 4-P-аналіз та запропонувати комплекс заходів, які визначають позиціонування товару/послуги на зовнішньому ринку. Розробити цифровий маркетинг-мікс для міжнародної компанії.
Тема 11. Міжнародні канали розподілу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати міжнародну логістичну мережу та канали розподілу продукції компанії.
Тема 12. Міжнародні маркетингові комунікації	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Розробити рекламні кампанії товару/послуги для різних закордонних ринків. Розрахувати та скласти бюджет міжнародної рекламної кампанії.
Тема 13. Міжнародна цінова політика	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентації на теми: «Джерела інформації про світові ціни»; «Цінові ситуації, що виникають в залежності від ступеня інтернаціоналізації компанії»; «Міжнародна цінова політика компанії».
Тема 14. Сучасні проблеми та тенденції розвитку	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних	Підготувати доповідь на тему «Глобальний маркетинг: сутність та особливості».

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
міжнародного маркетингу	завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	

### Інформаційні джерела

1. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
2. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
3. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
4. 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.
5. Baack D.W. International marketing / D.W. Baack, B. Czarnecka, D. Baack. – SAGE Publications Ltd, 2018. – 672 p.
6. International marketing / P. Cateora, J. Graham, M. Gilly, B. Money. – McGraw-Hill Education, 2019. – 720 p.
7. Kotler P. Marketing 4.0: moving from traditional to digital / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – John Wiley & Sons, 2016. – 208 p.
8. Mooij M. Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes / M. de Mooij. – SAGE Publications Ltd, 2018. – 512 p.
9. Puthussery A. Digital marketing: an overview/ A. Puthussery. – Notion Press, 2020. – 144 p.

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.
- Крос-платформний сервіс для растрового графічного дизайну Canva.

### 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 порядок зарахування результатів неформальної освіти  
[http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya\\_pro\\_zarahuvannya\\_rezultativ\\_neformalnoyi\\_osvity.pdf](http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity.pdf)

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (5 балів); захист домашнього завдання (3 бали); обговорення матеріалу занять (3 бали); виконання навчальних завдань (3 бали); завдання самостійної роботи (3 бали); тестування (3 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-14): відвідування занять (5 балів); захист домашнього завдання (3 бали); обговорення матеріалу занять (3 бали); виконання навчальних завдань (3 бали); завдання самостійної роботи (3 бали); тестування (3 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

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

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
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