



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»



Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»			Освітній рівень		магістр		Мова викладання	
Спеціальність			073 «Менеджмент»			Семестр		2		українська	
Освітньо-професійна програма			«Менеджмент»			Статус		вибіркова			
Факультет			Економіки та менеджменту			Кафедра		Менеджмент			
Обсяг:	Креди-	Годин	За видами занять:								
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю			
	4	120	18	-	36	-	66	Залік			

### ВИКЛАДАЧІ

**Контактна інформація для зв'язку з викладачем:** - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;  
- робочий телефон: 062-641-68-85, [menegment2426@gmail.com](mailto:menegment2426@gmail.com), [managment@dgma.donetsk.ua](mailto:managment@dgma.donetsk.ua); **Дні занять та консультацій: за поточним розкладом**

#### Корж Марина Володимирівна



**Доктор економічних наук, професор.**  
Досвід роботи - більше 20 років.  
Автор понад 70 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.  
Провідний лектор з дисциплін: «Міжнародний маркетинг», «Бренд-менеджмент», «Промисловий маркетинг».  
E - mail робітник: [marinavladimirovna@gmail.com](mailto:marinavladimirovna@gmail.com);  
Никнейм в Skype: Marina. Korzh

#### Фоміченко Інна Петрівна



Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту.  
Досвід роботи - 20 років.  
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.  
Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Стратегія підприємства».  
E - mail робітник: [inna\\_fomichenko@ukr.net](mailto:inna_fomichenko@ukr.net);  
Никнейм в Skype: Inna Fomichenko.

#### ГОСТЬОВІ ЛЕКТОРИ

Генеральний директор ПрАТ «ВЕСКО»  
**Євген Цимарман.**  
Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях



Генеральний директор VESCO Євген Цимарман розповість про головні здобутки глинодобувних підприємств Донбасу за останні десятиріччя, а також цілі і завдання на 2021-й рік, які допоможуть утримати конкурентний статус міжнародної компанії з європейськими підходами в управлінні.

## АНОТАЦІЯ КУРСУ

### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Маркетинг. 2. Менеджмент 3.Управління попитом. 4. Маркетингова політика комунікацій
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота магістра

### Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<b>ЗК1.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні; <b>ЗК2.</b> Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); <b>ЗК3.</b> Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; <b>ЗК5.</b> Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);	<b>СК1.</b> Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів; <b>СК2.</b> Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани; <b>СК5.</b> Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; <b>СК9.</b> Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;


### Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

- ПРН1.** Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;  
**ПРН2.** Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;  
**ПРН5.** Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;  
**ПРН7.** Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.

### Результати навчання за дисципліною

- Р1** використовувати різні методи і форми аналізу конкурентоспроможності товару, підприємства;  
**Р2** застосовувати різні системи планування, контролю та оцінювання конкурентоспроможності підприємства;  
**Р3** вибирати систему економічних показників для діагностування та оптимізації роботи підприємства

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

<b>Анотація</b>	Дисципліна спрямована на отримання як теоретичних, так і практичних знань в галузі дослідження і виходу підприємства на міжнародні ринки. Загострення конкурентної боротьби на світових ринках, ускладнення технологічних і організаційних моделей виробництва, зростання інформаційної насиченості і посилення глобалізації вимагають активного використання і підвищення ефективності інструментів міжнародного маркетингу. Вміння менеджерів знайти і обґрунтувати оптимальний варіант виведення продукції на зарубіжні ринки, створити привабливу і всебічно вигідну комплексну пропозицію для міжнародних ринків, здатність підтримувати високий рівень продажу продукції на світовому ринку актуальні для компаній практично всіх галузей економіки.
<b>Мета</b>	Формування у студентів теоретичних та практичних знань у сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення поставлених цілей в міжнародному бізнесі.
<b>Формат та методи нав-</b>	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – ек-замен (очний, дистанційний формат)
<b>«Правила гри»</b>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Курс передбачає роботу в колективі.</li> <li>• Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> </ul> <b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>• Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>• Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li> <li>• Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.</li> <li>• За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.</li> </ul> <b>Політика академічної доброчесності</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.</li> </ul>

## СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

<b>Лекція 1</b>	Поняття, предмет та сутність міжнародного маркетингу.	<b>Практичне заняття 1,2</b>	Заняття 1 Поняття та сутність міжнародного маркетингу, його відмінні риси. Заняття 2 Фактори міжнародного маркетингового середовища. (діалог-пояснення, усне опитування, тестування)	<b>Самостійна робота</b>	Вибір підприємства та аналіз його маркетингового середовища.
<b>Лекція 2</b>	Середовище міжнародного бізнесу. Особливості дослідження міжнародного ринку.	<b>Практичне заняття 3</b>	Цілі та етапи маркетингових досліджень. Особливості дослідження зарубіжного ринку збуту, споживчих властивостей товару, реклами, економічного аналізу (діалог- пояснення, групова розробка бізнес-плану)		Міжнародні маркетингові дослідження в мережі Інтернет. Які особливості проведення опитування в різних країнах?
<b>Лекція 3</b>	Система міжнародної маркетингової інформації.	<b>Практичне заняття 4,5</b>	Заняття 4 Вибір оптимальної форми виходу підприємства на зовнішній ринок. Виявлений і вибір сегментів ринку. Аналіз сегментів ринку. Заняття 5 Модульна контрольна робота №1		Визначення форми виходу підприємства на обраний ринок збуту.
<b>Лекція 4</b>	Міжнародні маркетингові дослідження.	<b>Практичне заняття 6,7</b>	Заняття 6 Передумови виходу компанії на міжнародний ринок. Вибір оптимальної стратегії виходу на зарубіжний ринок. Типи товарної політики. Стратегічні підхо-		Розробка маркетингової стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

			ди в міжнародній товарній політиці. (індивідуальне завдання). Заняття 7. Колоквіум за модулем №1.	
<b>Лекція 5</b>	Підходи до вибору зарубіжних ринків. Сегментація світового ринку.	<b>Практичне заняття 8,9</b>	Заняття 8, 9 Визначення ціни в міжнародному маркетингу. Заняття 9 Основні інструменти просування продукції. (індивідуальне завдання)	Форми виходу підприємства на зовнішні ринки.
<b>Лекція 6</b>	Стратегії виходу на зовнішній ринок.	<b>Практичне заняття 10,11</b>	Заняття 10 Організація руху товару на міжнародних ринках. (індивідуальне завдання) (діалог-пояснення, групове рішення кейсів) Заняття 11 Види стратегій виходу на зовнішні ринки (індивідуальне завдання)	У чому полягають особливості планування товароруху й організації каналів збуту на внутрішньому і зовнішньому ринках?
<b>Лекція 7</b>	Товарна політика в системі міжнародного маркетингу.	<b>Практичне заняття 12,13</b>	Заняття 12 Етапи ціноутворення в системі міжнародного маркетингу (діалог-пояснення, реферат)	Чи впливає інтернаціоналізація діяльності фірми на вибір методів міжнародної маркетингової комунікації? Обґрунтуйте відповідь.
<b>Лекція 8</b>	Цінова політика в системі міжнародного маркетингу.	<b>Практичне заняття 14</b>	Заняття 13 Усне опитування	Що таке інтерактивні комунікації і яка роль глобальної інформаційної мережі Інтернет у міжнародному маркетингу?
<b>Лекція 9</b>	Міжнародні маркетингові комунікації.	<b>Практичне заняття 15,16</b>	Заняття 14 Міжнародні маркетингові комунікації. (діалог-пояснення, індивідуальне завдання) Заняття 15 Модульна контрольна робота №2	Накресліть схеми альтернатив міжнародних каналів розподілу продукції для товарів народного споживання і виробничо-технічної продукції
<b>Лекція 10</b>	Міжнародні канали розподілу продукції.	<b>Практичне заняття 17,18</b>	Заняття 17 Міжнародні канали розподілу продукції. (діалог-пояснення, індивідуальне завдання) Заняття 18 Колоквіум за модулем №2	Оцінка ефективності запропонованої маркетингової стратегії.

### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121, маркерна дошка і екран;  
Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=484>



## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
2. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
3. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін./за ред. Чеботаря С.І. – Суми: ТОВ«ТД«Папірус»,2015. – 368с.
4. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник /За ред. Ю.Г. Козака, С. Смичка, І.Л. Літовченко. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 294 с.
5. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
6. 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.



Додаткові джерела

1. Корж М.В. Управління конкурентоспроможністю продукції у промисловій сфері: навч.посібник / М.В. Корж - Краматорськ, ДДМА, 2015. – 196с. (12,3 д.а.).
2. Корж М.В. Маркетинг: теорія і практика. Модуль 1: Сучасна концепція маркетингу: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 188 с. (10,5 д.а.).
3. Конспект лекцій до вивчення дисципліни «Міжнародний маркетинг» для студентів галузі 07 «Управління і адміністрування» денної та заочної форм навчання / Укладачі М.В. Корж, І.П. Фоміченко, О.Є. Бурцева . – Краматорськ : ДДМА, 2020.
4. Каїра З.С. Маркетинг інтелектуальної власності Омельянчук А.І., Вишнеvsька Н.П., Іванова О.В. Навч. посібник. ВІК, 2010.- 143 с.

### Інформаційні ресурси

5. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
6. Офіційний веб-сайт Української Асоціації Маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>
7. Архів Журналу «Маркетинг в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
8. Офіційний веб-сайт Журналу «Маркетинг и реклама» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mr.com.ua/>
9. Офіційний веб-сайт Наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

## СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	<b>відмінно</b>	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування	5	81 - 89	B	<b>добре</b>	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Участь в груповій роботі (розробка бізнес-плану)	3				
Індивідуальне завдання (кейс)	5	75 - 80	C		
Модульна контрольна робота №1	10				
Індивідуальне завдання (ме-режеве планування)	10	65 - 74	D	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	
Колоквіум за модулем №1	15				

Участь в груповій роботі (складання бюджету проекту)	2	55 - 64	E	задовільно	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Індивідуальне завдання (ієрархія робіт проекту)	10				
Реферат	10	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Усне опитування	5				
Модульна контрольна робота №2	10	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Колоквіум за модулем №2	15				

### ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Види навчальної роботи	Розподіл між навчальними тижнями																		Сума балів	ЗАЛІК
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Методи контролю	ВК	ГР	УО	ІЗ	МКР 1		К 1	ІЗ		ГР		Р	УО	ІЗ	МКР 2		ІЗ	К 2	100	
Всього балів на тиждень		3	5	5	10		15	10		2		10	5		10		10	15		
Модулі.	●—————●М1—————●М2																			

ВК – вхідний контроль; УО – усне опитування; ГР – групова робота; ІЗ – індивідуальне завдання; МКР – модульна контрольна робота; К – колоквіум, Р - реферат

### Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

**Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Міжнародний маркетинг»**

можна знайти за посиланням: [https://docs.google.com/forms/d/1P6F3wNbfNRsMrin7N6NBvYkf\\_FyV3CUREdKm0rMKQGs/edit](https://docs.google.com/forms/d/1P6F3wNbfNRsMrin7N6NBvYkf_FyV3CUREdKm0rMKQGs/edit)


Результати опитування можна знайти за посиланням: <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=484>



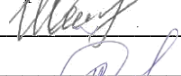

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 27 від 15.06. 2021

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

Розробник:

 /Фоміченко І.П./  
 /Белікова О.Ю./

Гарант освітньої програми:

 /Шашко В.О./

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

Декан факультету:

 /Мироненко Є.В./

«15» червня 2021 р.



~  
Duck