



МІЖНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА

Викладач: кандидат економічних наук, доцент кафедри, Іванов Сергій Миколайович

Кафедра: кафедра економічної кібернетики, V корпус, ауд. 113

Е-mail: flydaiver@gmail.com

Телефон: 0962400252

Інші засоби зв'язку: Viber та Telegram за вказаним телефоном, Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

Освітня програма, рівень вищої освіти		Маркетинг / бакалавр					
Статус дисципліни		Вибіркова					
Кредити ECTS	4	Навч. рік	2022-2023 2 семестр	Рік навчання	4	Тижні	8
Кількість годин	120	Кількість змістових модулів¹	6	Лекційні заняття –32 год Практичні заняття –16 год Самостійна робота – 72 год			
Вид контролю	Залік						
Посилання на курс в Moodle			https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6774				
Консультації:			щосереди, 12.00-13.00 5к.ауд.113				

ОПИС КУРСУ

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, розробки та впровадження міжнародних маркетингових планів та стратегій, проведення міжнародних ринкових досліджень та формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємств, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі. Предметом вивчення дисципліни є сукупність принципів комплексного системного управління міжнародною маркетинговою діяльністю на підприємстві та реалізація основних функцій маркетингу у міжнародному бізнесі.

Основними завданнями вивчення дисципліни є: забезпечити студентів необхідними знаннями в галузі планування маркетингової діяльності в міжнародному середовищі; формувати вміння і навички використання інструментів міжнародного маркетингу при веденні підприємницької діяльності; навчити студентів застосовувати сучасні методи, інформаційні технології для побудови міжнародної маркетингової політики; ознайомити студентів із можливостями, ключовими технологіями міжнародного маркетингу в контексті завдань, які стоять перед фахівцем з реклами та зв'язків із громадськістю; навчити студентів базовим навичкам комунікаційної роботи в міжнародному середовищі; вивчити основні види реклами та PR-діяльності в міжнародному середовищі; сформувати в студентів розуміння прикладних комунікаційних інструментів світу.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення дисципліни студенти будуть:

¹ 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS)



Опанувати багатоканальні методи інтернет просування

- Набути необхідні знаннями в галузі планування міжнародної маркетингової діяльності;
- формувати вміння і навичок використання інструментів міжнародного маркетингу при веденні підприємницької діяльності;
- Вміти застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи і технології в організації міжнародного маркетингу;
- Знати можливості, ключовими технологіями комунікаційної роботи в контексті завдань, які стоять перед фахівцем з реклами та зв'язків із громадськістю;
- Оперувати комунікаційною роботою в міжнародній компанії;
- Знати основні види реклами та PR-діяльності в міжнародному маркетингу;
- Формувати ефективні канали розповсюдження маркетингової інформації.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Відображені на сторінці курсу <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6774>

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи:

Поточний контроль передбачає такі теоретичні завдання:

- Усне опитування і обговорення лекції;
- Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом;

Поточний контроль передбачає такі практичні завдання:

- Розв'язання практичних завдань.
- Розв'язання задач.
- Тестові завдання.
- Презентація власних досліджень.

Підсумкові контрольні заходи:

Підсумкові контрольні заходи: Підсумковий контроль проводиться після закінчення семестру у формі заліку.

Максимальна оцінка, яку студент може отримати на заліку складає 40 балів. Залік складається з двох частин: теоретичної (20 балів) та практичної (20 балів).

Теоретична частина – тестування у системі MOODLE. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за результатами тестування складає 20 балів. Тест складається з 20 тестових завдань, кожне з яких містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал. Студенту на заліку дається одна спроба пройти тест.

Практична частина – вирішення двох практичних завдань, кожне завдання оцінюється у 10 балів.

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
Поточний контроль (max 60%)			
Змістовий модуль 1 (розділ 1)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 1,2	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 1,2	5%
Змістовий модуль 2 (розділ 2)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 3,4	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 3,4	5%
Змістовий модуль 3 (розділ 3)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 5	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 5	5%
Змістовий модуль 4 (розділ 4)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 6	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 6	5%
Змістовий модуль 5 (розділ 5)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 7	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 7	5%
Змістовий модуль 6 (розділ 6)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 8	5%
	розв'язання практичних завдань, презентація власних досліджень	Тиждень 8	5%
Підсумковий контроль (max 40%)			
Підсумкове теоретичне завдання: тести (на Moodle)		Тиждень 8	20%
Підсумкове практичне завдання: одна задача		Тиждень 8	20%
Разом			100%

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FХ	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольний захід	Кількість балів
Змістовий модуль 1			
Тиждень 1 Семінар 1	Сутність та структура маркетингу на міжнародному ринку	опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань	10
Тиждень 2 Семінар 2			
Змістовий модуль 2.			
Тиждень 3 Семінар 3	Маркетингові дослідження на міжнародному ринку	опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань	10
Тиждень 4 Семінар 4			
Змістовий модуль 3			
Тиждень 5	Технології в системі міжнародних маркетингових комунікацій	опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань	10
Тиждень 5 Семінар 5			
Змістовий модуль 4			
Тиждень 6	Технології розробки та пошукового просування в міжнародному маркетингу	опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань	10
Тиждень 6 Семінар 6			
Змістовий модуль 5			
Тиждень 7	Особливості просування у міжнародному маркетингу	опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань	10
Тиждень 7 Семінар 7			
Змістовий модуль 6			
Тиждень 8	Побудова бізнесу на основі міжнародної маркетингової політики	опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань , презентація власних досліджень	10
Тиждень 8 Семінар 8			



ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах : монографія / О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. – К. : Центр навчальної літератури, 2017. – 234 с.
2. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: підручник / А. В. Войчак; М-во освіти і науки України, Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2009. – 328 с.
3. Гоголь Г. П. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Г. П. Гоголь. – Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка», 2004. – 148 с.
4. Жуков С. А. Теоретичні та практичні аспекти дослідження потенціалу вітчизняних підприємств / С. А. Жуков // Потенціал регіону: вектори формування та використання : колективна наукова монографія. – Донецьк : СПД Купріянов В.С., 2011. – С. 393–407.
5. Інновації у маркетингу і менеджменті: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – 616 с.
6. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посібник / О. Л. Каніщенко. – К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. – 152 с.
7. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О. Л. Каніщенко. – К. : Знання, 2007. – 446 с.
8. Конспект лекцій до вивчення дисципліни «Міжнародний маркетинг» для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання / Ю. В. Мельник, Н. З. Лагоцька. – Тернопіль: ТНЕУ, 2011. – 71 с.

ДОДАТКОВА

1. Маркетинг та менеджмент: методи, моделі та інструменти: монографія / Р. М. Лепа, Д. В. Солоха, С. В. Коверга [та ін.]. – Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім», 2012. – 250 с.
2. Маркетингова товарна політика: підручник / С. І. Чеботар, С. М. Боняр, Р. І. Буряк [та ін.]; за ред. С. І. Чеботаря. – К. : Преса України, 2012. – 263 с.
3. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / Я. С. Ларіна, А. Л. Скрипник, Р. І. Буряк, А.В. Рябчик [та ін.]. – Суми: Папірус, 2011. – 199 с.
4. Маркетингові технології економічного зростання: монографія / М. А. Окландер, О. І. Яшкіна, І. Л. Литовченко [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. — Одеса: Астропринт, 2012. — 376 с.
5. Маркетинговий аналіз: навч. посібник. – К. : Академвидав, 2007. – 216 с.
6. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / О. І. Бабічева, Р. І. Буряк, С. М. Боняр [та ін.]. – Суми: ТД «Папірус», 2015. – 368 с.
7. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / за ред. Ю. Г. Козака. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 302 с.
8. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2012. – 285 с.

Інформаційні ресурси:

1. Інтернет-видання про маркетинг «MarketingMix» URL: <http://www.mm.com.ua>



РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ²

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі за погодженням із деканом факультету).

Політика академічної доброчесності

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем).

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється з використанням електронної пошти, та системи Moodle.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: *Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.*

² Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2022-2023 рр.

ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2022-2023 н. р. на сайті ЗНУ <https://www.znu.edu.ua/>

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. **Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти** (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до **Положення про організацію та методу проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ**: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається **Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються **Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється **Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті**: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються **Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ycyfws9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: **Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; **Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ. Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. **Наукова бібліотека**: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): <https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

- для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvasik54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>