

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Викладач: д.е.н., професор Андросова Олена Федорівна

Кафедра: Управління персоналом і маркетингу, V корп. ЗНУ, ауд. 218а (2^й поверх)

Email: Androsovaef@gmail.com

Телефон: (061) 228-76-24 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: Viber, Zoom, приватні повідомлення

Освітня програма, рівень вищої освіти		Маркетинг; Бакалавр				
Статус дисципліни		Цикл професійної підготовки спеціальності				
Кредити ECTS	5	Навч. рік	2021-2022 5 семестр	Рік навчання - 3	Тижні	13
Кількість годин	150	Кількість змістових модулів	8	Лекційні заняття – 28 год Практичні заняття – 28 год Самостійна робота – 94 год.		
Вид контролю	<i>Екзамен</i>					
Посилання на курс в Moodle			https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6777			
Консультації:			о понеділка, 11.00-12.55 або за домовленістю чи ел. поштою			

ОПИС КУРСУ

Основними завданнями дисципліни є озброїти студентів знаннями в сфері міжнародного маркетингу; засвоєння студентами категоріального апарата, що використовується при здійсненні міжнародної маркетингової діяльності; формування системи знань про теоретичні засади аналізу міжнародного маркетингового середовища та оцінювання його привабливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Метою навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» при підготовці бакалаврів є набуття у майбутніх фахівців теоретичних та практичних навичок, а також сформувані знання сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення переваг у міжнародній діяльності.

На методичному рівні ознайомити студентів з основними методами міжнародного маркетингу в сучасній економіці, її основних функцій, методів і прийомів впливу на споживачів:

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам – знання та розуміння:

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;



ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

- Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018 – 448 с.
- Рахман М. С. Міжнародний маркетинг: навч. посіб для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 180 с.
- Маркетингова діяльність підприємств: навч. посіб. за заг.ред. Косенко О.П. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.
- Князева Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. – 164 с.
- Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. Міжнародний маркетинг. навч. посіб. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015 – 368 с.

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі *теоретичні* завдання:

- Усне опитування і обговорення теоретичних занять (1-бал).
- Теоретичні тести за пройденим матеріалом – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle).

Поточний контроль передбачає такі *практичні* завдання:

- Виконання практичних завдань та захист отриманих результатів (завдання до практичних робіт з дисципліни у Moodle).
- Виконання практичних завдань та захист отриманих результатів (завдання до практичних занять з дисципліни у Moodle).

Підсумкові контрольні заходи (тах 40 балів):

Підсумковим контрольним заходом є екзамен.

Критерії оцінювання екзамену. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за екзамен складає 40 балів. Екзамен містить два завдання: теоретичне і практичне, кожне з яких оцінюється в 20 балів.

Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється за такою шкалою:

- 20 балів (максимальна оцінка): студент правильно відповів на теоретичне питання;
- 19-15 балів: студент дав не повну відповідь без суттєвих помилок або з незначними помилками;
- 14-9 балів: студент отримує у випадку, якщо він відповідає не менше ніж на 30 % питання, зокрема знає тільки визначення понять та з загальних рисах може відповісти на поставлене запитання;
- 8-3 бали: студент отримує у випадку, якщо він знає тільки визначення понять;
- 0 балів: студент не відповів на питання або дав не правильну відповідь.

Результат виконання практичного завдання оцінюється за такою шкалою:

- 20 балів (максимальна оцінка): студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки;
- 19-12 балів: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками;
- 11-7 балів: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками;
- 6-2 бали: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки;
- 0 балів: студент отримує у випадку, якщо він не розв'язав задачу.



Шкала оцінювання: національна та ECTS

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

Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
Поточний контроль (max 60%)			
Змістовий модуль 1	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі	тиждень 1-2	1%
	Практичне завдання 1: Дослідження сучасних концепцій міжнародного маркетингу згідно з практичного завданням Moodle.	тиждень 1-2	4%
Змістовий модуль 2	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі	тиждень 2-3	4%
	Практичне завдання 2: Дослідження міжнародного маркетингового середовища підприємства згідно з практичного завданням Moodle.	тиждень 2-3	4%
Змістовий модуль 3	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі	тиждень 3-4	1%
	Практичне завдання 3: Дослідження потенціалу міжнародного ринку згідно з практичного завданням Moodle.	тиждень 3-4	4%
Змістовий модуль 4	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі. Тестування за змістовими модулями 1-4 на платформі Moodle	тиждень 4-6	11%
	Практичне завдання 4: Розробка товару та виведення його на світовий ринок згідно з практичного завданням Moodle.	тиждень 4-6	4%
Змістовий модуль 5	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі	тиждень 6-7	1%
	Практичне завдання 5: Аналіз методів ціноутворення та оптимізація цінової політики підприємства згідно з практичного завданням Moodle.	тиждень 6-7	4%

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Силабус навчальної дисципліни**



Змістовий модуль 6	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі	тиждень 7-8	1%
	Практичне завдання 6: Методи рекламної діяльності компаній згідно з практичного завданням Moodle.	тиждень 7-8	4%
Змістовий модуль 7	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі	тиждень 9-10	1%
	Практичне завдання 7: Визначення сучасних суб'єктів міжнародного маркетингу згідно з практичного завданням Moodle.	Тиждень 9-10	4%
Змістовий модуль 8	Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі. Тестування за змістовими модулями 5 - 8 на платформі Moodle	Тиждень 11-12	11%
	Практичне завдання 8: Міжнародні маркетингові дослідження згідно з практичного завданням Moodle.	Тиждень 11-12	4%
Підсумковий контроль (max 40%)			60%
Підсумкове теоретичне завдання: екзамен (на Moodle)		тиждень 13	20%
Підсумкове практичне завдання: екзамен (на Moodle)		тиждень 13	20%
			100%

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольний захід	Кількість балів
Змістовий модуль 1			
Тиждень 1-2			
Лекція 1	Сутність міжнародного маркетингу	Усне опитування за ЗМ 1 оцінюється максимально в 1 бал	1
Практичне заняття 1:	Дослідження сучасних концепцій міжнародного маркетингу	Представлення результатів виконаної практичного заняття 1 оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 2			
Тиждень 2-3			
Лекція 2	Середовище міжнародного маркетингу	Усне опитування за ЗМ 2 оцінюється максимально в 1 бал	1
Практичне заняття 2:	Дослідження міжнародного маркетингового середовища підприємства	Представлення результатів виконаної практичного заняття 2 оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 3			
Тиждень 3-4			
Лекція 3	Інформаційне забезпечення прийняття	Усне опитування за ЗМ 3 оцінюється максимально в 1 бал	1

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**
Силабус навчальної дисципліни



	рішень в міжнародному маркетингу		
Практичне заняття 3:	Дослідження потенціалу міжнародного ринку.	Представлення результатів виконаної практичного заняття 3 оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 4			
Тиждень 4-6			
Лекція 4	Міжнародна сегментація і стратегії проникнення на закордонні ринки.	Усне опитування за ЗМ 4 оцінюється максимально в 1 бал. Тестування за змістовими модулями 1-4 на платформі Moodle оцінюється максимально в 10 балів	11
Практичне заняття 4:	Розробка товару та виведення його на світовий ринок	Представлення результатів виконаної лабораторного заняття 4 оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 5			
Тиждень 6-7			
Лекція 5	Способи виходу компанії на зовнішні ринки.	Усне опитування за ЗМ 5 оцінюється максимально в 1 бал	1
Практичне заняття 5:	Аналіз методів ціноутворення та оптимізація цінової політики підприємства	Представлення результатів виконаної практичного заняття 5 оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 6			
Тиждень 7-8			
Лекція 6	Товарна політика на зовнішніх ринках.	Усне опитування за ЗМ 6 оцінюється максимально в 1 бал	1
Практичне заняття 6:	Методи рекламної діяльності компаній	Представлення результатів виконаної практичного заняття 6. оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 7			
Тиждень 9-10			
Лекція 7	Ціноутворення в міжнародному маркетингу	Усне опитування за ЗМ 33 оцінюється максимально в 1 бал	1
Практичне заняття 7:	Визначення сучасних суб'єктів міжнародного маркетингу	Представлення результатів виконаної Практичного заняття 7. оцінюється максимально в 4 балів.	4
Змістовий модуль 8			
Тиждень 11-12			
Лекція 8	Збутова функція маркетингу на зовнішніх ринках...	Усне опитування за ЗМ 8 оцінюється максимально в 1 бал. Тестування за змістовими модулями 5-8 на платформі Moodle оцінюється максимально в 10 балів	11



Практичне заняття 8:	Міжнародні маркетингові дослідження	Представлення виконаної практичного заняття 8. оцінюється максимально в 4 балів.	результатів 4
----------------------	-------------------------------------	--	---------------

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

Основна:

1. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018 – 448 с.
2. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг: навч. посіб для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 180 с.
3. Маркетингова діяльність підприємств: навч. посіб. за заг.ред. Косенко О.П. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.
4. Князева Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. – 164 с.
5. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. Міжнародний маркетинг. навч. посіб. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015 – 368 с.

Додаткова:

6. Іванов М.М., Корінев В. Л., Терент'єва Н. В., Малтиз В. В., Іванов С. М. Сучасні технології маркетингового менеджменту: монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 184 с.
7. Ivanov M.M. Analysis and classification of the Marketing 4.0 system. Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences. 2021.1 (49). P. 118-122. (DOI <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2021-1-49-22>)
8. Іванов М.М. Концепция построения информационно-маркетинговых систем. *Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки.* – Запоріжжя: Запорізький національний університет, №1 (37), 2018. – С. 124-131.
9. Іванов М.М. Modern marketing with the application of Big Data. Bulletin Zaporizhzhia national university. Economic sciences. 2019/ № 3 (43). P. 116-120.

Інформаційні ресурси:

10. Іванов М.М. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] - Режим доступу: URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6777>
11. Бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс] - Режим доступу URL: <http://nbuv.gov.ua>.



РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ²

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Курс передбачає обов'язкове відвідування лекційних та практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% пропущених лекцій, до заліку не допускаються.

Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Студентам дозволяється використовувати вторинну інформацію, висвітлювати раніше опубліковані статті, результати досліджень тощо, але необхідно зазначати посилання на джерело.

Якщо студент бажає представити свої дослідження як матеріал для конференції або статті – плагіат не допускається! Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтеся з викладачем.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час лекційних занять телефони та інші персональні гаджети не вилучаються, але необхідно їх перевести у беззвучний режим.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. У окремих випадках викладач надає Viber або електронну пошту.

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!



ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р. доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

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 методику 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/yeds57la>.

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/57wha734>. 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 Марті Ірини Вадимівни (061)228-15-84, (099)253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ Запорізького національного університету: **Борисов Костянтин Борисович**
Електронна адреса: uv@znu.edu.ua Гаряча лінія: Тел. [\(061\) 228-75-50](tel:(061)228-75-50)

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 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): <https://moodle.znu.edu.ua>
Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua. 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

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Силабус навчальної дисципліни**



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>

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