

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан економічного факультету
В. М. Гельман
« » 2025 року



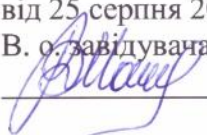
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ

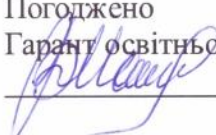
підготовки магістрів
денної форми здобуття освіти
освітньо-професійна програма «Маркетинг»
спеціальності D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

ВИКЛАДАЧ: Линенко Андрій Володимирович, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління персоналом
і маркетингу
Протокол № 1
від 25 серпня 2025 року
В. о. завідувача кафедри


В. В. Малтиз

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми


В. В. Малтиз

2025 рік

Зв'язок із викладачем:

E-mail: konf.econom.znu@gmail.com

СЕЗН ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5745>

Телефон: 0612287649

Інші засоби зв'язку: Telegram, Viber, Zoom за попередньою домовленістю

Кафедра управління персоналом і маркетингу, просп. Соборний, 74, п'ятий корпус
Запорізького національного університету, аудиторія 218-а (другий поверх)

1. Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Дослідження міжнародних ринків» є важливою складовою частиною вибіркового освітніх компонентів. Вона дає можливість опанувати основні аспекти ухвалення обґрунтованих маркетингових рішень на підставі результатів дослідження міжнародних ринків, сформувати систему спеціальних знань у сфері цих досліджень, а також розвинути в студентів професійні якості, навички та фахове аналітичне мислення. Навчальна дисципліна «Дослідження міжнародних ринків» розрахована на студентів другого курсу магістратури економічного факультету.

Метою навчальної дисципліни «Дослідження міжнародних ринків» є надання системних теоретичних знань і формування відповідних практичних навичок щодо комплексного дослідження міжнародних ринків у маркетинговій діяльності.

Завдання навчальної дисципліни «Дослідження міжнародних ринків»: з'ясування сутності та напрямів дослідження міжнародних ринків у маркетингу; вивчення характеру впливу сучасних соціально-економічних процесів на розвиток міжнародних ринків; узагальнення зарубіжної та національної практики дослідження міжнародних ринків; освоєння новітніх методичних підходів до дослідження міжнародних ринків у маркетинговій діяльності; пошук можливостей для запровадження та реалізації нового інструментарію дослідження міжнародних ринків. Предметом навчальної дисципліни є діяльність щодо дослідження міжнародних ринків у маркетингу, а також причинно-наслідкові зв'язки в економіці, що прямо чи опосередковано впливають на маркетингові дослідження міжнародних ринків.

Навчальна дисципліна «Дослідження міжнародних ринків» належить до вибіркового освітніх компонентів і ґрунтується на знаннях, отриманих під час здобуття вищої освіти бакалаврського освітньо-кваліфікаційного рівня, поглиблюючи їх. Згідно зі структурно-логічною схемою підготовки здобувачів вищої освіти ця навчальна дисципліна вивчається після опанування навчальних дисциплін «Глобальний маркетинг», «Маркетингове планування», «Методи обробки та аналізу маркетингової інформації», і паралельно з вивченням навчальних дисциплін «Нейромаркетинг», «Оптимізація збутової діяльності компаній в сучасних умовах», «Психологія поведінки споживача».

**Паспорт
навчальної дисципліни**

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Семестр	Третій
Кількість кредитів ECTS	3
Кількість годин	90
Лекційні заняття, годин	12
Практичні заняття, годин	24
Самостійна робота, годин	54

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти
Консультації	Щопонеділка та щочетверга з 15:00 до 16:00, ідентифікатор Zoom 4303684290, код доступу 1234, посилання-запрошення https://cutt.ly/uCh9UcA (дистанційно)
Вид підсумкового семестрового контролю	Залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5745

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності, результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням	Репродуктивні методи навчання (лекції, пояснення, робота з навчально-методичними матеріалами) Наочні методи навчання (демонстрації та ілюстрації: алгоритми схеми, графіки) Метод проблемного викладу (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення) Дискусійні методи Доповіді з презентаціями Практичні методи (складання схем, таблиць, виконання вправ тощо) Метод навчання з використанням інтернет-технологій (сучасне електронне навчання) Науково-дослідний (частково пошуковий) метод навчання Самостійна робота здобувачів вищої освіти	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти магістерського рівня здійснюється за накопичувальною стобальною шкалою, національною шкалою і шкалою ECTS Контрольні заходи: усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, написання есе, тестова перевірка, групові ситуаційні завдання, виступи студентів із презентаціями Поточний контроль проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування Підсумковий

Компетентності, результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	Підготовка проєктів і науково-дослідних робіт, зокрема для участі в студентських конкурсах, олімпіадах	контроль, а саме залік, зокрема за допомогою тестування

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Дослідження глобального бізнес-середовища

Тема 1. Роль маркетингових досліджень у глобальній бізнес-стратегії. Основи міжнародного маркетингу. Сучасні маркетингові дослідження. Особливості виходу на міжнародні ринки. Роль досліджень у глобальній бізнес-стратегії маркетингової діяльності.

Тема 2. Аналіз глобального бізнес-середовища. RFM-аналіз у маркетинговій діяльності на міжнародних ринках. Сегментація в маркетингу при дослідженні міжнародних ринків. Застосування моделі AIDA в маркетингових дослідженнях міжнародних ринків. Основні тригери маркетингу при дослідженні міжнародних ринків.

Тема 3. Оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища. CRM-системи в міжнародному маркетингу. Сучасні можливості автоматизації процесів оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища. Омніканальні комунікації в конкурентному середовищі. Онбординг у підвищенні маркетингового потенціалу на міжнародних ринках. Специфіка маркетингових досліджень B2C. Особливості маркетингових досліджень B2B.

Змістовий модуль 2. Розробка маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки

Тема 4. Основні інструменти маркетингу для розробки стратегій виходу на міжнародні ринки. Інструменти розробки маркетингових стратегій. Способи персоналізації маркетингових комунікацій у дослідженні міжнародних ринків. Використання мобільних застосунків для дослідження міжнародних ринків. Комунікації за допомогою месенджерів у міжнародному маркетингу. Прямий продаж і прямий маркетинг. Директ-маркетинг і брендинг. SMM і директ-маркетинг у процесі дослідження міжнародних ринків.

Тема 5. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу. Стратегії міжнародного маркетингу. Ретеншн-стратегії в дослідженні міжнародних ринків. Оцінювання ефективності заходів з маркетингового дослідження міжнародних ринків. Бенчмаркінг-аналіз для розвитку міжнародного маркетингу.

Тема 6. Цифрові трансформації міжнародних ринків і розвиток інтерактивного маркетингу. Розвиток інтерактивного міжнародного маркетингу. Аутсорсинг маркетингових досліджень міжнародних ринків: переваги та недоліки. Сучасні тенденції розвитку маркетингових досліджень міжнародних ринків.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
Практичне заняття	Тема 1. Роль маркетингових досліджень у глобальній бізнес-стратегії Перелік питань, завдань: основи міжнародного маркетингу; сучасні маркетингові дослідження	2	Щотижня, тиждень 1
Лекція	Тема 1. Роль маркетингових досліджень у	2	1 раз на 2

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
	глобальній бізнес-стратегії		тижні, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 1. Роль маркетингових досліджень у глобальній бізнес-стратегії Перелік питань, завдань: особливості виходу на міжнародні ринки; роль досліджень у глобальній бізнес-стратегії маркетингової діяльності	2	Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 1. Роль маркетингових досліджень у глобальній бізнес-стратегії Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	
Практичне заняття	Тема 2. Аналіз глобального бізнес-середовища Перелік питань, завдань: RFM-аналіз у маркетинговій діяльності на міжнародних ринках; сегментація в маркетингу при дослідженні міжнародних ринків	2	Щотижня, тиждень 1
Лекція	Тема 2. Аналіз глобального бізнес-середовища	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 2. Аналіз глобального бізнес-середовища Перелік питань, завдань: застосування моделі AIDA в маркетингових дослідженнях міжнародних ринків; основні тригери маркетингу при дослідженні міжнародних ринків	2	Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 2. Аналіз глобального бізнес-середовища Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	
Практичне заняття	Тема 3. Оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища Перелік питань, завдань: CRM-системи в міжнародному маркетингу; сучасні можливості автоматизації процесів оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища; омніканальні комунікації в конкурентному середовищі	2	Щотижня, тиждень 1
Лекція	Тема 3. Оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 3. Оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища Перелік питань, завдань: онбординг у підвищенні маркетингового потенціалу на	2	Щотижня, тиждень 2

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
	міжнародних ринках; специфіка маркетингових досліджень B2C; особливості маркетингових досліджень B2B		
Самостійна робота	Тема 3. Оцінювання ринкового потенціалу й конкурентного середовища Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	
Практичне заняття	Тема 4. Основні інструменти маркетингу для розробки стратегій виходу на міжнародні ринки Перелік питань, завдань: інструменти розробки маркетингових стратегій; способи персоналізації маркетингових комунікацій у дослідженні міжнародних ринків; використання мобільних застосунків для дослідження міжнародних ринків	2	Щотижня, тиждень 1
Лекція	Тема 4. Основні інструменти маркетингу для розробки стратегій виходу на міжнародні ринки	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 4. Основні інструменти маркетингу для розробки стратегій виходу на міжнародні ринки Перелік питань, завдань: комунікації за допомогою месенджерів у міжнародному маркетингу; прямий продаж і прямий маркетинг; директ-маркетинг і брендинг; SMM і директ-маркетинг у процесі дослідження міжнародних ринків	2	Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 4. Основні інструменти маркетингу для розробки стратегій виходу на міжнародні ринки Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	
Практичне заняття	Тема 5. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу Перелік питань, завдань: стратегії міжнародного маркетингу; ретеншн-стратегії в дослідженні міжнародних ринків	2	Щотижня, тиждень 1
Лекція	Тема 5. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 5. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу Перелік питань, завдань: оцінювання ефективності заходів з маркетингового дослідження міжнародних ринків; бенчмаркінг-	2	Щотижня, тиждень 2

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
	аналіз для розвитку міжнародного маркетингу		
Самостійна робота	Тема 5. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	
Практичне заняття	Тема 6. Цифрові трансформації міжнародних ринків і розвиток інтерактивного маркетингу Перелік питань, завдань: розвиток інтерактивного міжнародного маркетингу; аутсорсинг маркетингових досліджень міжнародних ринків: переваги та недоліки	2	Щотижня, тиждень 1
Лекція	Тема 6. Цифрові трансформації міжнародних ринків і розвиток інтерактивного маркетингу	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 6. Цифрові трансформації міжнародних ринків і розвиток інтерактивного маркетингу Перелік питань, завдань: аутсорсинг маркетингових досліджень міжнародних ринків: переваги та недоліки; сучасні тенденції розвитку маркетингових досліджень міжнародних ринків	2	Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 6. Цифрові трансформації міжнародних ринків і розвиток інтерактивного маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
Поточний контроль				
Практичні заняття 1-2	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичні заняття 3-4	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним	Результати оформити за допомогою презентації,	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння	10

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
	програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	
Практичні заняття 5-6	Розв’язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичні заняття 7-8	Розв’язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичні заняття 9-10	Розв’язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичні заняття 11-12	Розв’язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Усього за поточний контроль				60
Підсумковий контроль				
Залік	Теоретичний	Перелік питань	Усна відповідь на	30

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
	підсумковий контроль як усна відповідь на заліку, що передбачає розгорнуте висвітлення питань і розв'язання тестових завдань	міститься на сторінці навчального курсу «Дослідження міжнародних ринків» у СЕЗН ЗНУ: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5745	заліку, що передбачає розгорнуте висвітлення питань (максимум 20 балів) та розв'язання 10 тестових завдань (максимум 10 балів)	
	Підсумкове практичне завдання щодо розв'язання задач	Типові задачі містяться на сторінці навчального курсу «Дослідження міжнародних ринків» у СЕЗН ЗНУ: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5745	За розв'язання 2 задач передбачається 10 балів (максимум 5 балів за кожену)	10
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: 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)		
FX	35-59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1-34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

1. Doole I., Lowe R., Kenyon A. International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation. 9th ed. Andover : Cengage, 2022. 511 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052042.pdf>.
2. Principles of Marketing. Minneapolis : University of Minnesota Libraries Publishing, 2021. 519 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047435.pdf>.
3. Зозульов О. В., Царьова Т. О., Гавриш Ю. О. Маркетинг: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053868.pdf>.
4. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / за заг. ред. Н. Є. Летунівської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
5. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / за ред. О. П. Косенко. Харків

- : Оберіг, 2023. 1155 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052013.pdf>.
6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052126.pdf>.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053867.pdf>.
8. Burnett J. Introducing Marketing. 2019. 291 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047434.pdf>.
9. Lynenko A., Kasian S., Kaplun V. Development of logistics and effective marketing communications of holding companies on international markets. *Економічний вісник державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2023. № 2. С. 93–99.
10. Promotion and Marketing Communications / edited by U. Ayman, A. K. Kaya. London : IntechOpen, 2020. 193 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0052811.pdf>.
11. Линенко А. В., Жижома Я. І. Problems and prospects for the development of marketing communications in financial institutions in the wake of digitalization in the minds of the russian-Ukrainian war. *Majesty of Marketing* : матеріали XIX міжнар. наук.-практ. конф. м. Дніпро, 7 грудня 2023 р. Дніпро : Дніпровська політехніка, 2023. С. 251–252.
12. Линенко А. В., Ракша О. А. Сучасні можливості автоматизації процесів у директ-маркетингу. *Управління соціально-економічним розвитком регіонів і держави* : зб. матеріалів XVII Міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 20–21 квітня 2023 р. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. С. 244–246.
13. Линенко А. В., Ярошук І. О. Розвиток директ-маркетингу в АТ «УКРСИББАНК». *Інтеграція освіти, науки і бізнесу* : монографія / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. Т. 13. С. 48–52.
14. Маркетинг : навч. посіб. / А. В. Гевчук, Н. В. Поліщук, А. М. Танасійчук та ін. Вінниця : Меркьюрі-Поділля, 2019. 290 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053866.pdf>.
15. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва та ін. ; під заг. ред. Н. В. Попової. Харків : Факт, 2020. 315 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047901.pdf>.
16. Новосельчук Н. Є. Зовнішня реклама у міському просторі – проблемні питання та рекомендації щодо розташування. *Науковий вісник будівництва*. 2020. № 2 (100). С. 65–72. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/2021/NVB/NVB2020n2/12.pdf>.
17. Янчук Т. В., Любінчак К. Р. Прямий маркетинг в Україні: основні проблеми та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1768>.

Інформаційні ресурси

1. Ukrainian Association of Direct Marketing. URL: <http://www.uadm.com.ua> (дата звернення: 25.08.2025).
2. Єдина платформа для маркетингу та продажів. URL: <https://sendpulse.ua> (дата звернення: 25.08.2025).
3. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index> (дата звернення: 25.08.2025).
4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.08.2025).
5. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr> (дата звернення: 25.08.2025).
6. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 25.08.2025).

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять і регуляція пропусків

Відвідування всіх занять є обов'язковим. Ліквідація студентами заборгованості з пропущених занять здійснюється за окремим графіком або під час консультацій.

Політика академічної доброчесності

Студенти, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки за написання есе, отримують нуль балів відповідно до Кодексу академічної доброчесності Запорізького національного університету:

https://www.znu.edu.ua/docs/kodeks_akadem_chnoyi_dobrochesnost_.pdf

Використання комп'ютерів і мобільних телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в навчальних цілях. Під час виконання контрольних заходів (наприклад, тестів) використання гаджетів дозволяється виключно за умови застосування їх для налагодження комунікації із викладачем. У разі порушення цієї заборони відповідний вид контрольного заходу оцінюється у нуль балів.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється за допомогою повідомлень у СЕЗН ЗНУ, на електронну пошту викладача, в месенджерах Telegram і Viber. Викладач відповідає на запити студентів у термін до трьох робочих днів. Запитання студентів мають стосуватися вивчення курсу «Дослідження міжнародних ринків» і бути чіткими та лаконічними.

Визнання результатів неформальної та інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній, інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти всіх рівнів:

https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_porya_dok_viznannya_rezul_tat_v_navchannya.pdf

За наявності сертифіката (свідоцтва, програми тощо) про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікації та ін. з тематики (однієї з тем, змістового модуля) навчальної дисципліни залежно від кількості прослуханих годин (здобутих кредитів) здобувачу може бути нараховано до 35 балів. Дотичність тематики, відповідність досягнутих результатів навчання та кількість додаткових балів визначаються викладачем. Документи, що підтверджують участь здобувача у відповідних заходах, мають бути подані викладачу до початку сесії.

Додаткова інформація

Графік освітнього процесу 2025-2026 навчального року доступний за адресою:

<https://surl.li/vlweoj>

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://surl.li/wdzjrl>

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://surl.lu/hfjbya><https://surl.lu/hfjbya>

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://surl.li/qgacqa><https://surl.li/qgacqa>

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://surl.li/unwzzm><https://surl.li/unwzzm>

Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ:

<https://surl.lu/xkxmuz><https://surl.lu/xkxmuz>

Психологічна допомога. Телефон довіри практичного психолога Марті Ірини Вадимівни 0612281584, 0992537873 (щоденно з 9:00 до 21:00).

Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції Запорізького національного університету Банах Віктор Аркадійович, гаряча лінія 0612271276, факс 0612271288, v_banakh@znu.edu.ua

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 0612287511 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ:

<https://surl.li/ivcwih><https://surl.li/ivcwih>

Ресурси для навчання

Наукова бібліотека

<http://library.znu.edu.ua>

Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 8:00 до 16:00.

Система електронного забезпечення навчання ЗНУ:

<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль або логін, надішліть 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 СЕЗН 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>