

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

08.07.2021

06-13-15S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Міжнародний маркетинг

INTERNATIONAL MARKETING

Шифр за ОП

ПП4 Code in Educational Program

Освітній рівень:
магістерський (другий)

Educational level:
master's (second)

Галузь знань
**Управління та
адміністрування**

07

Field of knowledge:
**Management and
administration**

Спеціальність
Маркетинг

075

Field of study:
Marketing

Освітня програма:

Educational Program:

Маркетинг

Marketing

Силабус навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) освітнього ступеня, спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг» Рівне. НУВГП. 2021. стор. 12.

ОПП на сайті університету: <https://nuwm.edu.ua/nni-em/kaf-mark/osvitni-proghrami>

Розробники силабусу: *Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу; Попко Олена Володимирівна, д.е.н., професор кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 11 від «15» червня 2021 року


Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор.*

Керівник освітньої програми: *Мартинюк О.В., к.е.н., доцент.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ
Протокол № 07 від «22» червня 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *Ковшун Н.Е., д.е.н., професор*

СЗ №-3287 в ЕДО.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	<i>магістр</i>
Освітня програма	<i>Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>075 Маркетинг</i>
Рік навчання, семестр	<i>1 2</i>
Кількість кредитів	<i>4</i>
Лекції:	<i>20 годин</i>
Практичні заняття:	<i>20 години</i>
Самостійна робота:	<i>80 годин</i>
Курсова робота:	<i>-</i>
Форма навчання	<i>денна, заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА	
ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА	
	<i>Попко Олена Володимирівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу</i>
Вікіситет	<i>https://cutt.ly/WgeMRXP</i>
ORCID	<i>https://orcid.org/0000-0003-3356-6070</i>
Канали комунікації	<i>o.v.popko@nuwm.edu.ua тел. 098-603-07-56 Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE</i>

ПРО ДИСЦИПЛІНУ	
Анотація, мета, цілі навчальної дисципліни	<p>Навчальна дисципліна «Міжнародний маркетинг» є теоретико-методологічною основою застосування інструментів міжнародного маркетингу для розробки та впровадження міжнародних маркетингових планів і стратегій, адаптації експортоорієнтованих операторів вітчизняного ринку до умов світових ринків товарів і послуг.</p> <p><u>Метою</u> викладання дисципліни є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок дослідження тенденцій та закономірностей функціонування вітчизняного і світових ринків товарів і послуг, розробки конкурентної маркетингової стратегії для виходу на світові ринки.</p> <p><u>Основні цілі:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • надання студентам знань про сутність і сферу міжнародного маркетингу; особливості проведення аналізу маркетингового середовища та виявлення його впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства; • розкриття теоретичних основ формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики вітчизняних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність; • формування практичних навичок дослідження світових ринків, сегментації світових ринків та обґрунтування вибору стратегії виходу на світові ринки товарів і послуг.
Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle	https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890
Компетентності	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p>

Програмні результати навчання	<p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
-------------------------------	--

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Лекції – 20 год., Практ. – 20 год., Самостійна робота – 80 год.

Методи та технології навчання	Проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія/дебати; мозковий штурм; кейс-стаді/аналіз ситуації, лекції, лекції-обговорення із використанням електронних засобів навчання; семінари (індивідуальні та групова форма роботи); ділові ігри; презентації, моделювання ситуацій.
Засоби навчання	Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційні системи, інформація про стан організацій (кейси), роздаткові друковані матеріали та Інтернет-джерела.

ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ

Тема	
Кількість годин, результати навчання, література	Опис дисципліни
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу	
Тема 1. Сутність і сфера міжнародного маркетингу	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P14 Література: [1, 4, 5, 7, 11-15]	Сутність і поняття міжнародного маркетингу. Форми міжнародного маркетингу. Система міжнародної торгівлі.
Тема 2. Тема 2. Середовище міжнародного маркетингу	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P15 Література: [2, 3, 6, 7, 11-15]	Міжнародне економічне середовище. Політико-правове середовище. Міжнародне економічне середовище. Соціально-культурне середовище.

Тема 3. Маркетингові дослідження світових ринків, їх сегментація	
Лекцій - 4 год. практ. - 4 год. P12, P15 Література: [4, 6, 7, 8, 9, 10]	Підходи до вибору світових ринків. Діагностичний апарат аналізування вітчизняного та світових ринків товарів і послуг. Аналітичний інструментарій оцінки потенційної привабливості ринків збуту для експорту. Сегментація світових ринків. Конкуренція в глобальних галузях.
Тема 4. Стратегії виходу вітчизняних операторів на світові ринки	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P12 Література: [4, 6, 7, 8, 9, 10]	Поняття маркетингової стратегії експортоорієнтованих підприємств. Фактори впливу на вибір стратегії. Види конкурентних маркетингових стратегій.
Змістовий модуль № 2. Формалізація конкурентної стратегії виходу вітчизняних операторів на світові ринки в розрізі маркетинг-мікс	
Тема 5. Товар і товарна політика в міжнародному маркетингу	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P11 Література: [4, 5, 7, 8, 10]	Товар в комплексі міжнародного маркетингу. Конкуренція і конкурентоспроможність товару на світових ринках. Стратегії адаптації товарів до умов світових ринків. Міжнародні системи стандартизації та сертифікації. Експортоорієнтована товарна політика.
Тема 6. Ціни і цінова політика в міжнародному маркетингу	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P11 Література: [4, 5, 7, 8, 10]	Ціни і цінова політика. Методи ціноутворення. Маркетингові цінові стратегії.
Тема 7. Політика розподілу в міжнародному маркетингу	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P11 Література: [4, 5, 7, 8, 10]	Сутність і значення маркетингової політики розподілу. Вибір каналів розподілу. Рішення в системі логістики.
Тема 8. Комунікаційна політика в міжнародному маркетингу	
Лекцій - 2 год. практ. - 2 год. P11	Етапи розроблення комунікаційної стратегії. Реклама. Стимулювання збуту. Встановлення зв'язків з громадськістю.

Література: [4, 5, 7, 8, 10, 11-15]	Участь у виставках і ярмарках.
Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)	
<ul style="list-style-type: none"> - комунікативні навички та робота в команді; - вміння критично мислити та аргументувати свою позицію; - уміння ставити мету та надихатися новими ідеями; - спрямованість на результат та наполегливість; - активність, мобільність, ініціативність; - лідерство та організованість; - самонавчання та стресостійкість; - грамотність та відповідальність. 	
Форми та методи навчання	
<p>Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання. Лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті; проводиться дискусійне обговорення проблемних питань; задаються провокаційні питання. Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань. При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод «переваги та недоліки», метод «робота в мережі», ділові ігри, екскурсійні заняття. Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло. Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.</p>	

Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій. Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

- 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;
- 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього – 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Базова

1. Абаев А. Л. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 362 с.
2. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
3. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг. ред. д. е. н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.
4. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
5. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
7. 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.

Допоміжна

8. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.
9. Попко О. В. Стратегічні імперативи маркетингової діяльності операторів молочного ринку України : монографія. Рівне : НУВГП, 2020. 251 с.
10. Попко О.В. Експортоорієнтований маркетинг вітчизняних операторів молочного ринку : автореферат дисертації. Рівне: НУВГП, 2020. 40 с.
11. Alon I. Global Marketing: Contemporary Theory, Practice, and Cases / I. Alon, E. Jaffe. – McGrawHill/Irwin, 2012. – 624 p.
12. Cateora P. International Marketing / P. Cateora, J. Graham, M. Gilly. – McGraw-Hill/Irwin, 2012 – 736 p.
13. Czinkota M. R. International Marketing / M. R. Czinkota, I. A. Ronkainen. – Cengage Learning, 2012. – 720 p.
14. Keegan W. J. Global Marketing / W. J. Keegan , M. Green. – Prentice Hall, 2012. – 592 p.
15. Mooij M. Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes / M. de Mooij. – SAGE Publications, Inc., 2013. – 416 p.

Інші інформаційні ресурси

16. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua/>.
17. Законодавство України. URL : <http://rada.gov.ua/>.
18. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
19. Національна бібліотека ім. В.І. Вернацького. URL : <http://www.nbu.gov.ua/>.
20. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL : <http://nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka>(інформаційні ресурси у цифровому репозиторії).
21. Освіта.UA: Освіта в Україні та за кордоном. URL : <http://osvita.ua/>.
22. Вища освіта. URL : http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/.
23. Обласна наукова бібліотека (м.Рівне, майдан Короленка,6. URL : <http://www.lib.rv.ua/>.
24. Рівненська централізована бібліотечна система (м.Рівне, вул. Київська,44). URL : <http://www.cbc.rv.ua/>.

Методичне забезпечення

25. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/methods/>.
26. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.
27. Пакети тестових завдань з кожної теми та в цілому по всьому курсу дисципліни.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно: <http://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=694>.

Неформальна та інформальна освіта
<p>Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita.</p> <p>Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.</p>
Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання
<p>До викладання курсу долучаються представники державних та приватних підприємств та організацій України та інших держав.</p>
Правила академічної доброчесності
<p>Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.</p> <p>За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.</p> <p>Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/ та на сайті університету http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj.</p> <p>Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf.</p> <p>Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП:</p> <p>Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.</p> <p>Сайт НАЗЯВО: https://naqa.gov.ua/.</p> <p>Відділ якості освіти НУВГП: https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/vyo/dokumenty.</p>

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в онлайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Оновлення

Зміст даного курсу оновлюється за необхідністю з урахуванням змін у законодавстві України, сучасних практик у сфері міжнародного маркетингу. Студенти можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Академічна мобільність. Інтернаціоналізація

Інформація щодо іноземних сайтів, які може використати студент для вивчення даної дисципліни за окремими темами наводиться в презентаціях освітньої компоненти представлених в системі Moodle.

Також для поглибленого вивчення дисципліни здобувачам освіти пропонуються міжнародні інформаційні ресурси в мережі Інтернет:

ProQuest <https://about.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html>.

Лектор, д.е.н., професор

О.В. Попко