

Національний університет водного господарства та природокористування
 Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
 ради НУВГП
 е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

«22 » вересня 2021р.

06-01-036S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

<i>УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ МАРКЕТИНГОМ</i>		<i>INTERNATIONAL COMPETITIVENESS MANAGEMENT</i>	
Шифр за ОП	BB 3.2	Code in Educational Program	
Освітній рівень: магістерський (другий)		Educational level: Magister's (second)	
Галузь знань Міжнародні відносини	29	Field of knowledge: International relations	
Спеціальність Міжнародні економічні відносини	292	Field of study: International economic relations	
Освітня програма: Міжнародні економічні відносини		Educational Program: International economic relations	

Силабус навчальної дисципліни «Управління міжнародним маркетингом» для здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», які навчаються за освітньо-професійною програмою *Міжнародні економічні відносини*, Рівне. НУВГП. 2021. 13 стор.

ОПП на сайті університету:

<https://start.nuwm.edu.ua/instituty/ekonomiky-ta-menedzhmentu>

Розробник силабусу: *Лесняк О.Ю., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та міжнародного бізнесу, доцент*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “31 ” серпня 2021 року

Завідувач кафедри: *Кушнір Н.Б., к.е.н, професор.*

Керівник освітньої програми,
к.е.н., доцент

А.Й. Жемба

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ
Протокол № від “ ” січня 2021 року

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

СЗ №-4685 в ЕДО.

© Лесняк О.Ю., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти	<i>Магістр</i>
Освітня програма	<i>Міжнародні економічні відносини</i>
Спеціальність	<i>292 Міжнародні економічні відносини</i>
Рік навчання, семестр	<i>1</i>
Кількість кредитів	<i>3</i>
Лекції:	<i>24 годин</i>
Практичні заняття:	<i>22 години</i>
Самостійна робота:	<i>89 годин</i>
Курсова робота:	<i>Ні</i>
Форма навчання	<i>Денна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



Лесняк Олександр Юрійович, к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу

Вікіситет

[HTTP://WIKI.NUWM.EDU.UA/INDEX.PHP/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80_%D0%AE%D1%80%D1%96%D0%B9%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87](http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80_%D0%AE%D1%80%D1%96%D0%B9%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87)

ORCID

0000-0001-7223-6352

Як комунікувати

o.y.lesniak@nuwm.edu.ua

тел. 067 922-41-74

Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в

Анотація навчальної дисципліни, в т.ч. мета та цілі

Даний курс орієнтований на отримання комплексних знань з побудови системи конкурентоспроможності національної економіки, окремих галузей та підприємств на міжнародних ринках.

Метою навчальної дисципліни є засвоєння теоретичних підходів та опанування практичних навичок побудови системи оцінювання, досягнення та підтримання конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

Використовуються такі методи викладання та технології: проблемна лекція, аналіз конкретних ситуацій (case study), обговорення, презентації, ситуаційні дослідження, навчальна дискусія та інші.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1398>

Компетентності

ЗК 3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Програмні результати навчання

ПРН 3. Систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв'язання складних задач практичних проблем з урахуванням культурних особливостей суб'єктів міжнародних економічних відносин.

ПРН 9. Здійснювати моніторинг, аналіз, оцінку діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою ідентифікації їхніх конкурентних позицій та переваг на світових ринках.

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

Навички аналітичного мислення, обробки несистематизованих даних, здатність обґрунтовувати свою позицію, формування навиків пошуку оптимальних рішень, економічна грамотність та інші.

Структура навчальної дисципліни

Зазначено нижче в таблиці

Методи оцінювання та структура оцінки

Основними критеріями, що характеризують рівень компетентності студента при оцінюванні результатів поточного та підсумкового контролів є такі:

– виконання всіх видів навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни;

– глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в рекомендованих літературних джерелах;

– характер відповідей на поставлені питання (чіткість, лаконічність, логічність, послідовність тощо);

– вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач;

– вміння аналізувати достовірність одержаних результатів.

За вчасне та якісне виконання завдань для самостійної роботи та опанування курсу, студент отримує такі **обов'язкові** бали:

- 60 балів поточне оцінювання;
- 20 балів – модуль 1;
- 20 балів – модуль 2.

Усього 100 балів.

Детальний розподіл балів за курсом розміщено у навчальній платформі Moodle за посиланням:

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1398>

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

Розрахункові завдання, задачі, індивідуальні роботи, ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте

містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень

Студенти можуть отримати **додаткові** бали за виконання рефератів, есе дослідницького характеру за темою курсу. Тему дослідницької роботи можна вибрати самостійно за погодженням із викладачем. **Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Крім того, додаткові бали можна отримати на основі перезарахування результатів неформальної освіти (див. розділ «Неформальна та інформальна освіта»)**

Модульний контроль проходить у формі тестування. У тесті 34 запитань різної складності: рівень 1 – 12 запитань по 1 балу (12 балів), рівень 2 – 4 запитання по 1 балу (4 бали), рівень 3 – 1 завдання по 4 бали (4 бали). Усього – 20 балів.

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролів знань студентів, можливість їм подання апеляції:

<HTTPS://NUWM.EDU.UA/STRUKTURNI-PIDROZDILI/NAVCH-NAUK-TSENTR-NEZALEZHNOHO-OTSINIUVANNIA-ZNAN>

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти

Вивченню дисципліни «Управління МІЖНАРОДНИМ МАРКЕТИНГОМ» передують дисципліни бакалаврського (першого) рівня освіти спеціальності «Міжнародні економічні відносини»

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.

В освітньому процесі використовуються наукові досягнення викладача курсу, що опубліковані у наукових працях (**<HTTP://IRBIS-NBUV.GOV.UA/ASUA/0084037>**).

Інформаційні ресурси

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України URL **<HTTP://WWW.UKRSTAT.GOV.UA>**.

2. Міністерство закордонних справ України URL: **<HTTPS://MFA.GOV.UA/>**

3. Організація об'єднаних націй URL:

[HTTPS://WWW.UN.ORG/EN](https://www.un.org/en)

4. Офіційний сайт Інституту євроатлантичного співробітництва URL: [HTTP://IEAC.ORG.UA](http://ieac.org.ua)

5. Офіційний сайт Національного банку України URL: [HTTPS://BANK.GOV.UA/](https://bank.gov.ua/)

6. United nations conference on trade and development URL: [HTTPS://UNCTAD.ORG/](https://unctad.org/)

7. World bank open data URL: [HTTPS://DATA.WORLDBANK.ORG/](https://data.worldbank.org/)

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)*

Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», [HTTP://EP3.NUWM.EDU.UA/4273/](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 [HTTPS://NUWM.EDU.UA/STRUKTURNI-PIDROZDILI/NAVCH-NAUK-TSENTR-NEZALEZHNOHO-OTSINIUVANNIA-ZNAN](https://nuwm.edu.ua/strukturalno-pidrozdzilnavch-nauk-tsentru-nezalezhnosti-siniuvannia-znan)

Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE [HTTPS://EXAM.NUWM.EDU.UA/](https://exam.nuwm.edu.ua/)

Правила академічної доброчесності

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - [HTTP://NUWM.EDU.UA/SP/AKADEMICHNA-DOBROCHESNISTJ](http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj)

Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин.

Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення [HTTP://EP3.NUWM.EDU.UA/6226/](http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/)

При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самотійно вивчити пропущений

матеріал на платформі MOODLE

[HTTPS://EXAM.NUWM.EDU.UA](https://exam.nuwm.edu.ua)

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки.

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного положення [HTTPS://NUWM.EDU.UA/STRUKTURNI-PIDROZDILI/CENTR-NEFORMALJNOJI-OSVITI](https://nuwm.edu.ua/struktturni-pidrozdili/centr-неформальної-освіти).

Також студенти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших опанувати матеріал для перезарахування результатів навчання. При цьому знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, повинні мати зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни/освітньої програми.

ДОДАТКОВО

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну

Щосеместрово студенти заохочуються пройти онлайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП.

За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами.

Результати опитування студентам надсилають обов'язково.

Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»:

[HTTPS://NUWM.EDU.UA/SP](https://nuwm.edu.ua/sp)

Оновлення

За ініціативою викладача зміст даного курсу буде оновлюватися щорічно, з урахуванням змін законодавства України у сфері міжнародних економічних відносин та появи сучасних технологій та новітніх інструментів задля використання резервів та пошуку можливостей розвитку міжнародних відносин.

Студенти також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у сфері міжнародних економічних відносин. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Навчання осіб з інвалідністю *Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами. Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням [HTTP://NUWM.EDU.UA/SP/DLJA-OSIB-Z-INVALIDNISTJU](http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju)*

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання *До викладання курсу можуть бути долучені фахівці, які мають практичний досвід діяльності на українських підприємствах у сфері міжнародних економічних відносин.*

Інтернаціоналізація *Електронні бібліотеки:
[HTTPS://LIB.NUWM.EDU.UA/INDEX.PHP/KORISNI-POSILANNYA/ELEKTRONNI-BIBLIOTEKI](https://lib.nuwm.edu.ua/index.php/korisni-posilannya/elektronni-biblioteki)
Оголошення:
[HTTPS://LIB.NUWM.EDU.UA/INDEX.PHP/BIBLIOTEKA/OGOLOSHENNYA](https://lib.nuwm.edu.ua/index.php/biblioteka/ogoloshennya)
База періодичних видань:
[HTTPS://WWW.SCIMAGOIR.COM/](https://www.scimagoir.com/)
Електронний каталог:
[HTTP://NUWM.EDU.UA/MYSQL/](http://nuwm.edu.ua/mysql/)*

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Лекцій 24 год

Прак. 22 год

Самостійна робота 89 год

Лекційні та практичні заняття

Тема 1. СУТНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Результати навчання ПРН 6	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 3, 4, 5, 7, 10, 11, 16, 24, 25
Опис теми	Сутність та форми міжнародного маркетингу. Спільні та відмінні риси внутрішнього та міжнародного маркетингу. Суб'єкти міжнародного маркетингу. Основні рішення, що приймаються при здійсненні міжнародної маркетингової діяльності	

Тема 2. МІЖНАРОДНЕ МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ

Результати навчання ПРН 6	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 7, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 18, 19, 20
Опис теми	Загальна характеристика міжнародного маркетингового середовища. Міжнародне економічне середовище, його складові. Міжнародне	

політико-правове середовище. Політичні ризики та методи оцінки їх рівня. Міжнародне соціально-культурне середовище, його склад.

Тема 3. МІЖНАРОДНІ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Результати навчання ПРН 6, ПРН 13	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 2, 4, 7, 9, 10, 11, 12, 22, 25
--------------------------------------	--	---

Опис теми

Суть та особливості міжнародних маркетингових досліджень. Етапи міжнародного маркетингового дослідження. Типи міжнародних маркетингових досліджень. Маркетингова інформаційна система.

Тема 4. СЕГМЕНТАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ

Результати навчання ПРН 6, ПРН 13	Кількість годин: лекції – 4 практ. – 2	Література: 1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 28, 30, 31, 32
--------------------------------------	--	---

Опис теми

Поняття і мета сегментації. Підходи та вимоги до міжнародної сегментації. Критерії сегментації світового ринку. Етапи сегментації світового ринку. Стратегії сегментації.

Тема 5. ВИБІР ЗАРУБІЖНИХ РИНКІВ

Результати навчання ПРН 13	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 4, 6, 11, 13, 23, 24, 25, 25, 27, 28, 33, 34
-------------------------------	--	---

Опис теми

Визначення рівня конкуренції на обраному ринку. Модель п'яти сил конкуренції. «Національний ромб» М. Портера. Критерії вибору привабливих ринків. Метод «чотирьох фільтрів». Підходи до вибору зарубіжних ринків (суб'єктивний, дискретний та комплексний)

Тема 6. МОДЕЛІ ТА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ФІРМИ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Результати навчання ПРН 13	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 2, 3, 4, 5, 7, 10, 11, 22, 25, 27, 28, 35
-------------------------------	--	--

Опис теми

Критерії та чинники вибору стратегії виходу на зовнішній ринок. Експортування. Спільна підприємницька діяльність. Пряме інвестування.

Тема 7. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ КОМПЛЕКС: ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Результати навчання ПРН 13	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 2, 4, 7, 9, 10, 11, 12, 22, 25, 31
-------------------------------	--	---

Опис теми

Поняття міжнародного маркетингового комплексу. Міжнародна товарна політика і товарні стратегії. Фактори, що впливають на товарну політику. Складові елементи товару

Тема 8. МІЖНАРОДНА ЦІНОВА ПОЛІТИКА

Результати навчання ПРН 13	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 4, 6, 11, 13, 23, 24, 25, 25, 27, 28, 33, 34
Опис теми	Поняття ціни і цінової політики у міжнародному маркетингу. Види цін у міжнародному маркетингу. Методика ціноутворення на міжнародному ринку. Міжнародні цінові стратегії.	

Тема 9. МІЖНАРОДНІ КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ

Результати навчання ПРН 13	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: 2, 3, 4, 5, 7, 10, 11, 22, 25, 27, 28, 35
Опис теми	Збутова політика в міжнародному маркетингу. Канали розподілу в міжнародному маркетингу, їх вибір та структура. Методи збуту в міжнародному маркетингу. Посередники на зарубіжних ринках і форми роботи з ними.	

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе: Учеб.пособие. – М.: Дашков и Ко, 2002. – 328 с.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2001.
3. Буров А.С. Международный маркетинг: Учеб.пособие. – М.: Дашков и Ко, 2004. – 283 с.
4. Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка», 2004. – 148 с.
5. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.
6. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
7. Мазаракі А., Чаюн Т., Мельник Т. Міжнародний маркетинг: Підручник. – К.: Київ. держ. торгово-еко. унів., 2000. – 306 с.
8. Моисеева Н.К. Международный маркетинг. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002.
9. Новицкий В.Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. – К.: «Либра», 2007.
10. Савельев Є.В. Міжнародний маркетинг. – К.: ІСДО, 2001.
11. Савельев Є.В. Європейська інтеграція та маркетинг. Наукові нариси. - Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 482 с.
12. Семенова Т.В., Олейнікова С.С., Коняхіна Т.В. Міжнародний маркетинг:

- Практикум. – Донецьк: ДонДУУ, 2006. – 193 с.
13. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг. - К.: КНЕУ, 2005.
 14. Циганкова Т.М. Управління міжнародним маркетингом. - К.: КНЕУ, 2001.
 15. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.
 16. Черенков В. Международный маркетинг. – СПб: Знание, 2002.
 17. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2010. – 272 с.
 18. Бойетт Дж.Х., Бойетт Дж.Т. Гуру маркетинга. – М.: Эксмо, 2004. – 320 с.
 19. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 224 с.
 20. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. – Тернопіль, 2006. – 275 с.
 21. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. – 272 с.
 22. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии: Методики создания гениальных идей / Пер. с англ. – СПб: Нева, 2004. – 190 с.
 23. Маркетинговий аналіз: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 216 с.
 24. Новітній маркетинг: Навч. посіб. / Є.В. Савельєв, О.С. Братко, М.Я. Матвійів та ін. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 296 с.
 25. Основи маркетингу: Навч. посіб. / Чоботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. та ін. – К.: Наш час, 2004. – 240 с.
 26. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.