



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**1. Код:** ПП 16.

**2. Назва:** Міжнародний маркетинг.

**3. Тип:** Обов'язковий.

**4. Рівень вищої освіти:** I (бакалаврський)

**5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** 4.

**6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** 8.

**7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 5.

**8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Валіулліна З.В. кандидат економічних наук, доцент каф. міжнародних економічних відносин.

**9. Результати навчання:**

Набуття та засвоєння студентами комплексних знань про найважливіші теоретичні та практичні аспекти з міжнародного маркетингу, зокрема, щодо формування міжнародної маркетингової стратегії, здійснення планування виходу на міжнародний ринок в сучасних організаціях.

**10. Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи.

**11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Маркетинг», «Міжнародна економіка», «Економіка зарубіжних країн» та дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідного напрямку підготовки.

**12. Зміст курсу: Теоретичні засади міжнародного маркетингу**

Форми міжнародного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу. Міжнародна конкурентоспроможність підприємств. Міжнародні маркетингові дослідження. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика. Міжнародні канали розподілу. Міжнародні маркетингові комунікації. Міжнародна цінова політика. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу

**13. Рекомендовані навчальні видання:**

1. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Навчальний посібник / О.Л. Каніщенко. 2-ге вид., переробл. – К.: ВВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. –152с.

2. Новошинська, Л.В. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник / Л.В. Новошинська ; Мін-во освіти і науки України, Одеський держ. економ. ун-т. – К. : ЦНЛ, 2004. – 176 с.

3. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник для самост. вивч. дисц. / Т.М. Циганкова ; Мін-во освіти України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2005. – 236 с.

4. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг : Навчальний посібник / П.О. Черномаз. – К. : Академвидав, 2010. – 272 с.

5. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник / Т.М. Чумаченко. – Вид. 3-е, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: ДВНЗ «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.

**14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

30 год. лекцій, 30 год. практичних робіт, 120 год. самостійної роботи. Разом – 180 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

**15. Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** тестовий в кінці 8 семестру.

Поточний контроль (60 балів): тестування, усне / письмове опитування;



Завідувач кафедри міжнародних  
економічних відносин

О.М. Сазонець, д.е.н., професор

### ПЕРЕКЛАД АНГЛІЙСЬКОЮ

#### DESCRIPTION OF THE EDUCATIONAL SUBJECT

- 1. Code:** PP 16.
- 2. Title:** International marketing.
- 3. Type:** compulsory.
- 4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree).
- 5. Year of study when the discipline is offered:** 4.
- 6. Semester when the discipline is studied:** 8.
- 7. Number of established ECTS credits:::** 5.
- 8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position:** Valiullina Z.V., Candidate of Economic Sciences, associate professor of the department of international economic relations.
- 9. Results of studies:** after having studied the discipline the student must:
  - have acquired and mastered integrated knowledge about the most important theoretical and practical aspects of international marketing, in particular, some regarding formation of an international marketing strategy, planning the entry into the international market in present-day organizations.
- 10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training and control measures.
- 11. Disciplines preceding the study of the specified discipline:** "Foreign economic activity of the enterprise", "Marketing ", "International economics", "Economics of foreign countries" and disciplines that directly form the competence of an expert in the appropriate field of training.
- 12. Course contents:** Forms of international marketing. International marketing environment: the economic aspect. Socio-cultural environment of international marketing. The political and legal environment of international marketing. International competitiveness of enterprises. International marketing research. Strategies for segmentation and positioning in international marketing. The choice of foreign markets. Models of the company's appearance in the foreign market. International marketing complex: commodity policy. International channels of distribution. International marketing communications. International price policy. Current problems and trends of international marketing development.
- 13. Recommended educational editions:**
  1. Kanishchenko O.L. International marketing: Theory and economic situations: teaching manual / O.L.Kanishchenko. – The 2nd edition, revised. – K.: VVTs "Publishing house "Polytekhnik", 2004.– 152 p
  2. Novoshynska L.V. International marketing: teaching manual / L.V. Novoshynska; Ministry of Education and Science of Ukraine, Odesa State Econom. Univ.. – K.: TsNL, 2004. – 176 p.
  3. Tsygankova T.M. International marketing: Teaching and methodical manual for independent studying of the discipline / T.M. Tsygankova; Ministry of Education and Science of Ukraine, KNEU. – K.: KNEU, 2005. – 236 p.



4. Chernomaz P.O. International marketing: teaching manual / P.O. Chernomaz. – K.: Academvydav, 2010. – 272 p.

5. Chumachenko T.M. International marketing: Teaching and methodical manual / T.M. Chumachenko. – The 3rd edition, revised and supplemented. – Dnipropetrovsk: DVNZ "National mining university", 2012. – 210 p.

**14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 30 hours, practical classes – 30 hours, independent work – 120 hours. Total – 180 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementing business and role games, case methods, individual and group research tasks, using multimedia presentations.

**15. Forms and assessment criteria:**

The assessment is carried out on a 100-point scale.

Final control (40 points): **exam** in the testing form at the end of the 8<sup>th</sup> semester.

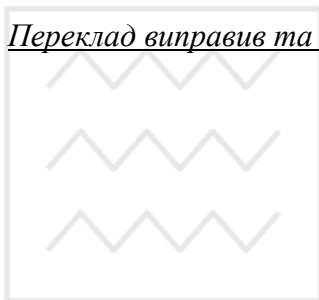
Current control (60 points): testing, oral /written questioning.

**16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of the international economic relations department,  
Doctor of Economics, professor

O.M. Sazonets

Переклад виправив та відредагував П.І.Мігірін



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування