

**Силабус навчальної дисципліни  
«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»**

**Галузь знань:** 07 Управління та адміністрування

**Спеціальність:** 071 Облік і оподаткування

**Освітня програма:** Облік і оподаткування

**Рівень вищої освіти:** Перший (бакалаврський) рівень

**Курс:** 4

**Семестр** 7

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Гуменюк Алла Валеріївна <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> <a href="mailto:gumenyuk.a@udpu.edu.ua">gumenyuk.a@udpu.edu.ua</a>
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=849">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=849</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	3/90
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20год.), практичні (24год.), самостійна робота (46 год.) <b>Заочна форма:</b> -
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Сутність і форми міжнародного маркетингу; методи вивчення навколишнього середовища; підходи до вибору зарубіжних ринків та стратегії виходу на них; методику проведення міжнародного маркетингового дослідження та сегментації світового ринку; формування міжнародного маркетингового комплексу.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування системи теоретичних знань про сучасну концепцію міжнародного маркетингу, умови, механізми та інструменти її використання в діяльності підприємств.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем. Усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння їх ринкового позиціонування.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Цінувати та поважати різноманітності та мультикультурності. Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в економіці
<b>Зміст дисципліни</b>	Теоретичні засади міжнародного маркетингу

	<p>Форми міжнародного маркетингу  Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект  Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу  Політико-правове середовище міжнародного маркетингу  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</p>
<b>Обов'язкові завдання</b>	<p>Підготовка здобувачами доповідей за заданою проблематикою дисципліни; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; опрацювання контрольних запитань, питань для самостійного вивчення дисципліни при підготовці до поточного контролю знань; систематизація вивченого матеріалу з метою підготовки до екзамену та обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).</p>
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	<p>Маркетинг, Основи наукових досліджень, Стратегічний маркетинг</p>
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг у галузях і сферах діяльності /за ред. І. М.Буднікевич; К. : Центр учбової літератури, 2017. 535 с.</li> <li>2. Агеєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань). Львів : «Новий світ-2000», 2018. 493 с</li> <li>3. КнязеваТ. В. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, С.В. Петровська, С.Ф. Смерічевський, В.Л. Сібрук ; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. Київ : НАУ, 2019. 162 с.</li> <li>4. Ларіна, Я. С., автор. Міжнародний маркетинг : підручник / Я.С. Ларіна, О.І. Бабічева, Р.І. Буряк, В.А. Рафальська [та 5 інших]. Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2018. 452 с.</li> <li>5. Маркетинг. /за ред. А.О. Старостіної; К.: Знання, 2009. 1070 с.</li> <li>6. Бутенко Н.В. Маркетинг.К.: Атіка, 2008. 299 с.</li> <li>7. Новітній маркетинг/ за ред. Є.В. Савельєва. К.: Знання, 2008. 420 с.</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	<p>Виконання завдань семінарських і модульних контрольних робіт, ІНДЗ, есе  Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 8 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i></p>
<b>Підсумковий контроль</b>	<p>Залік  Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 8 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p>

Розробник



(Алла ГУМЕНЮК)