



Силабус курсу

Міжнародний маркетинг

Ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань 29 Міжнародні відносини
спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

Рік навчання: II, Семестр: III

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

доцент **Братко Олександра Семенівна**

Контактна інформація

sbratco@ukr.net, +38(098)672-85-00

Опис дисципліни

Метою дисципліни «Міжнародний маркетинг» є формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі. Предметом вивчення дисципліни є сукупність принципів комплексного системного управління міжнародною маркетинговою діяльністю на підприємстві та реалізація основних функцій маркетингу у міжнародному бізнесі.

Структура курсу

Години (лек. / практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу	Знати сутність та форми міжнародного маркетингу. Спільні та відмінні риси внутрішнього та міжнародного маркетингу. Суб'єкти міжнародного маркетингу. Вміти приймати рішення при здійсненні міжнародної маркетингової діяльності.	Поточне опитування
4/4	2. Міжнародне маркетингове середовище	Знати загальну характеристику міжнародного маркетингового середовища. Вміти здійснювати аналіз міжнародного економічного, політико-правового середовища, оцінювати політичні ризики. Розуміти міжнародне соціально-культурне середовище, його склад та вміти пристосовувати маркетингову діяльність відповідно до нього.	Поточне опитування

4/4	3. Міжнародні маркетингові дослідження	Знати суть та особливості міжнародних маркетингових досліджень, етапи міжнародного маркетингового дослідження та типи міжнародних маркетингових досліджень. Вміти розробляти анкету, обирати цільову аудиторію, проводити дослідження у мережі інтернет.	Поточне опитування
4/4	4. Стратегії та позиціонування в міжнародному маркетингу	Знати поняття і мету сегментації, підходи та вимоги до міжнародної сегментації, критерії сегментації світового ринку. Вміти здійснювати макро- та мікросегментацію зарубіжного ринку.	Поточне опитування
2/2	5. Вибір зарубіжних ринків.	Знати основні моделі аналізу конкуренції. Вміти визначати критерії вибору привабливих ринків. Розуміти підходи до вибору зарубіжних ринків.	Поточне опитування
4/4	6. Моделі виходу фірми на зарубіжний ринок	Знати критерії та чинники вибору стратегії виходу на зовнішній ринок. Розуміти переваги та недоліки вибору стратегії: експортування, спільна підприємницька діяльність, пряме інвестування. Вміти обирати оптимальну стратегію.	Поточне опитування
4/4	7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика	Знати поняття міжнародного маркетингового комплексу. Розуміти критерії вибору товарної стратегії. Вміти формувати товарну політику відповідно до обраного ринку.	Поточне опитування
2/2	8. Міжнародна цінова політика	Знати поняття ціни і цінової політики у міжнародному маркетингу. Розуміти сутність різних видів цін в міжнародному маркетингу. Оволодіти методикою ціноутворення на міжнародному ринку. Вміти обирати міжнародні цінові стратегії. Оволодіти термінологією інкотермс.	Поточне опитування
2/2	9. Міжнародні канали розподілу	Знати особливості формування каналів розподілу в міжнародному маркетингу. Розуміти основні методи збуту в міжнародному маркетингу. Знати характеристику Посередників на зарубіжних ринках та опанувати форми роботи з ними.	Поточне опитування
2/2	10. Міжнародні маркетингові комунікації	Знати комплекс маркетингових комунікацій. Оволодіти процесом формування системи маркетингових комунікацій. Вміти розробляти рекламу для зарубіжних ринків, готувати прес-релізи, розробляти програми стимулювання збуту. Оволодіти технікою особистого продажу.	Поточне опитування

Літературні джерела

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Барановська М. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. Навч. посібник рекомендовано МОН України. 2019. 302 с.
3. Барановська М.І., Козак Ю.Г., Смичек С. Міжнародний маркетинг. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 302 с.
4. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
5. Князева Т.В., Колбушкін Ю.П., Петровська С.В. Міжнародний маркетинг: навч. Посібник. К.: НАУ, 2019. 164 с.
6. Козак Ю. Міжнародний маркетинг в питаннях і відповідях. ЦУЛ, 2020. 302 с.
7. Котлер Ф., Амстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Науковий світ, 2022. 880 с.
8. Мальська М. П., Пурська І.С. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика : підручник. Київ : ЦНЛ, 2019. 288 с.
9. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. проф. Зварича Р.Є.. Тернопіль: Університетська думка, 2025.
10. Сенишин О. С. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
11. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
12. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. 2-е вид. Кислюк Л.В. / Київ : Видавничий Дім «Кондор», 2020. 172 с.
13. Шталь Т.В., Астахова І.Е., Козуб В.О. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.
14. Christopher L Myers International Marketing: Winning in the New Global Economy – Cognella Academic Publishing, 2021. 162 p.
15. Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui. International Marketing 11th Edition - Cengage Learning, 2022. 720 p.
16. Philip R. Cateora, John Graham, Mary C. Gilly. International Student Edition of International Marketing 18th edition - McGraw-Hill Interamericana de España S.L., 2021. 1440 p.
17. Wendy MacKenzie Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits - Rapport International LLC, 2021. 200 p.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Міжнародний маркетинг» визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять 1-8.	Теоретичні питання (2 розширених пит.) Теми 1-5.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять 9-15.	1. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 60 балів. 2. Задача – макс.40 балів. Теми 6-10.	Оцінка за виконання тренінгового завдання.	Оцінювання виконання завдань самостійної роботи.	1.Тестові завдання (10 тестів по 5 бали за тест) – макс. 50 балів. 2.Теоретичне питання (1 пит.)– макс. 25 балів. 3. Задача – макс. 25 балів.

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	<i>A (відмінно)</i>
85-89	Добре	<i>B (дуже добре)</i>
75-84		<i>C (добре)</i>
65-74	Задовільно	<i>D (задовільно)</i>
60-64		<i>E (достатньо)</i>
35-59	Незадовільно	<i>FX (незадовільно з можливістю повторного складання)</i>
1-34		<i>F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)</i>