



Силабус навчальної дисципліни
«Міжнародні бізнес-стратегії підприємства»

Спеціальність	Економіка
Освітня програма	С1. 130 Міжнародна економіка
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 рік навчання, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра міжнародної економіки і менеджменту, м. Харків, пр. Науки, 9-а. к. 201, +38 (057) 702-18-32, http://mev.hneu.edu.ua/international-economics-and-management/
Викладач (-і)	Шмаль Тетяна Валеріївна, д.е.н., професор;
Контактна інформація викладача (-ів)	shtaltv@gmail.com
Дні занять	Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	Консультації, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС
Мета навчальної дисципліни: формування у студентів системи теоретичних знань, прикладних вмінь і навичок щодо розроблення ефективного маркетингового комплексу підприємства на міжнародному ринку, здійснення ефективного управління маркетингом підприємства на міжнародному ринку та прийняття оптимальних управлінських рішень про вихід на міжнародний ринок в умовах мінливості зовнішнього середовища	
Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни	
Пререквізити	Постреквізити
Маркетинг	Комплексний тренінг
Менеджмент	
Економіка підприємства	
Статистика	
Економічний аналіз	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Міжнародний маркетинг у системі економічних відносин міжнародного підприємництва	
Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу.	



Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект, соціально-культурне та політико-правове середовище.
Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження.
Тема 4. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу.
Тема 5. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок.
Змістовий модуль 2. Комплекс міжнародного маркетингу та управління маркетинговими можливостями на зовнішніх ринках.
Тема 6. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика
Тема 7. Міжнародна цінова політика
Тема 8. Міжнародні канали розподілу
Тема 9. Міжнародні маркетингові комунікації
Тема 10. Управління міжнародною маркетинговою діяльністю
Тема 11. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу.
Принципи реалізації міжнародного маркетингу в Україні

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.

При засвоєнні дисципліни студентам за поточну діяльність мінімально може бути присвоєно 35 балів, максимально – 60 балів. За результатами підсумкового контролю студентам може бути присвоєно мінімум 25 балів, максимум 40 балів.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.