



Силабус навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг»

Спеціальність	<i>D3 Менеджмент</i>
Освітня програма	<i>Міжнародний менеджмент</i>
Освітній рівень	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Статус дисципліни	<i>Обов'язкова</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Курс / семестр	<i>4 курс, I семестр</i>
Кількість кредитів ЄКТС	<i>5 кредитів</i>
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Лекції – 24 год.</i>
	<i>Практичні (семінарські) – 24 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 102 год.</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Екзамен</i>
Кафедра	<i>Кафедра міжнародної економіки і менеджменту, м. Харків, пр. Науки, 9-а. к. 201, +38 (057) 702-18-32, https://kafmeim.hneu.edu.ua/</i>
Викладач (-і)	<i>Шталь Тетяна Валеріївна, д.е.н., професор, Чернуха Тетяна Станіславівна, к.е.н., доцент</i>
Контактна інформація викладача (-ів)	<i>Чернуха Т.С. tatiana.chernukha@hneu.net</i>
Дні занять	<i>Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять</i>
Консультації	<i>Консультації, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС</i>

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
<i>Маркетинг</i>	-
<i>Менеджмент</i>	
<i>Економіка підприємства</i>	
<i>Статистика</i>	
<i>Економічний аналіз</i>	

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)

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

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