



СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Міжнародний маркетинг»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»»



Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 / 90
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в області маркетингу. Предметом вивчення навчальної дисципліни є система інструментів маркетингової діяльності на зарубіжних ринках та їх особливості на сучасному етапі
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Метою викладання навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» є формування у студентів, що навчаються, чітке представлення про міжнародний маркетинг як про концепцію внутріфінансового управління і цілісну систему організації закордонної діяльності, яка спрямована на рішення задач фірми з організації виробництва і пропозиції товарів і послуг на зовнішніх ринках, що найбільше задовольняють потреби активних і потенційних покупців на зарубіжних ринках і забезпечують таким чином міжнародну конкурентоспроможність фірми.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати: <ul style="list-style-type: none"> – основні терміни, визначення, поняття та категорії; – основні принципи та форми міжнародної маркетингової діяльності в сучасних умовах; – найважливіші етапи розвитку міжнародного маркетингу; – основний зміст сучасних напрямів міжнародного маркетингу; сутність основних законів маркетингу, особливості їх прояву в практичній діяльності при виході фірми на міжнародний ринок
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Студенти повинні вміти: <ul style="list-style-type: none"> – комплексно оцінювати ринкову ситуацію при виході на зовнішній ринок; – грамотно використовувати навички в умовах українського ринку; – виявляти специфіку методів, засобів і інструментів міжнародного маркетингу;

	<ul style="list-style-type: none"> – застосовувати теоретичні знання та отримані практичні навички в умовах жорсткої конкуренції на ринку; – розбиратися в основних рішеннях, які припускає міжнародна маркетингова діяльність; <p>мати навички розробки комплексних маркетингових програм в ув'язці з цілями і ресурсами фірми, враховуючи специфіку міжнародного маркетингу.</p>
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни. Сучасна концепція міжнародного маркетингу. Особливості міжнародного маркетингового середовища. Інформація та міжнародне маркетингове дослідження. Сегментування. Оцінка і вибір цільового ринку у міжнародному маркетингу. Способи та стратегії виходу на зовнішні ринки. Міжнародна конкуренція та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Комплекс міжнародного маркетингу: товарна політика підприємства. Цінова політика у системі міжнародного маркетингу. Міжнародні канали розподілу. Комунікаційна політика як складова комплексу міжнародного маркетингу. Планування, організація і контроль у міжнародному маркетингу.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн</p> <p>Форми навчання: очна, заочна</p>
Пререквізити	Курс «Міжнародний маркетинг» є продовженням курсів «Основи маркетингу», «Міжнародна економіка» і припускає, що студенти мають загальне уявлення про сутність маркетингової концепції керування підприємницькою діяльністю фірми на зарубіжних ринках.
Пореквізити	Знання з дисципліни можуть бути використані під час вивчення наступних дисциплін зі спеціальності маркетинг – «Відповідальний маркетинг», «Інноваційний маркетинг», «Організаційна поведінка»- та написання магістерської роботи
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Начальна та наукова література: Репозитарій НАУ за посиланням eg.nau.edu.ua</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Конспект лекцій до вивчення дисципліни «Міжнародний маркетинг» для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання / Укладачі Ю.В. Мельник, Н.З. Лагоцька. – Тернопіль: ТНЕУ, 2011. – 71 с. 2. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник / За ред. Ю. Г. Козака. – Київ: «Центр учбової літератури», 2013. – 302с. 3. Международный маркетинг: учебное пособие / Н.М. Лисица, В.Д. Рогожин, В.В. Юрченко. – 2-е изд., стер. – Харьков: Инжек, 2010. – 176 с. 4. Суміна О.М., Черняков О.В. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій. – Суми: Вид-во СумДУ, 2011. – 134с. <p>Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-е, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.</p> <p>Робоча програма (посилання на репозитарій):</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання Комп'ютер, проектор

Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування, ДЗ
Кафедра	маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-right: 10px;"> <p>Фото за бажанням</p> </div> <div> <p>РАМЕНСЬКА СВІТЛАНА ЄВГЕНІВНА Посада: доцент Вчений ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: Тел.: 406-77-43 E-mail: svitlana_ramenska@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2/203</p> </div> </div>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс, викладений українською мовою
Лінк на дисципліну	