



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг у міжнародному бізнесі

КАФЕДРА

менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

РОЗРОБНИК

Маліч Людмила Анатоліївна

к.е.н., доцент

malichludmila1955@gmail.com

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3

кредити ЄКТС
(90 годин)

32

годин контактна робота з викладачем
(16 годин лекцій;
16 годин семінарських занять)

58

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- обов'язкова для освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Знання основ дисциплін - міжнародні економічні відносини, менеджмент.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі маркетингової діяльності на світових товарних та регіональних ринках, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі; допомогти студентам здобути знання щодо сучасної концепції маркетингу у міжнародному бізнесі та умов, механізмів та інструментів її використання в діяльності міжнародних підприємств

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Сутність маркетингу у міжнародному бізнесі та його сучасна концепція

Тема 1. Зміст та завдання маркетингу у міжнародному бізнесі

Тема 2. Середовище маркетингу у міжнародному бізнесі

Тема 3. Сегментація та вибір зарубіжного цільового ринку

Тема 4. Моделі виходу підприємства на зовнішні ринки

Модуль 2. Сутність та форми ринкових політик у міжнародному маркетингу

Тема 5. Товарна політика на зовнішніх ринках

Тема 6. Збутова політика в системі маркетингу у міжнародному бізнесі

Тема 7. Міжнародні маркетингові комунікації

Тема 8. Цінова політика в системі маркетингу у міжнародному бізнесі

Тема 9. Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності підприємства.

Особливості реалізації принципів міжнародного маркетингу у міжнародному бізнесі в Україні

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- система знань із методологічних основ маркетингу, його форм у міжнародному бізнесі;
- знання методів вивчення економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища, підходів до вибору зарубіжних ринків;
- знання методики проведення маркетингового дослідження у міжнародному бізнесі;
- вміння здійснювати аналіз і контроль маркетингової діяльності підприємства на міжнародному ринку і застосовувати методи вивчення економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища;
- вміння використовувати різні підходи до вибору зарубіжних ринків;



Донецький державний університет управління

- навички у розробці основних заходів маркетингу для міжнародної діяльності підприємства;
- навички у використуванні методики проведення маркетингового дослідження у міжнародному бізнесі.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- лекції-презентації;
- семінарські заняття;
- методи колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань;
- самостійна та індивідуальна робота студентів.

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Усне опитування та виконання завдань на семінарських заняттях – 50 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 20 балів.
- Виконання творчо-пошукового індивідуального завдання – 30 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

Перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Петруня Ю. Є., Петруня В.Ю. Маркетинг : навчальний посібник / 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
2. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 180 с.
3. Козак Ю. Г. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 302 с.
4. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.

Англомовні видання:

1. Albaum Gerald, Duerr Edwin. International Marketing and Export Management, 4th Ed. Prentice-Hall, 2002. 677 p.
2. Christopher M. and eds. Relationship Marketing: Creating Stakeholder Value. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 2002. 264 p
3. Cateora Philip R., Graham John International Marketing. New York: McGraw-Hill, 2011. 650 p.
4. Goward C. You Should Test That: Conversion Optimization for More Leads, Sales and Profit or The Art and Science of Optimized Marketing. – Sybex, 2013. 360 p.
5. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660 p.

Інтернет джерела

1. Новини світового бізнесу. URL: www.QuickMBA.com
2. Світова організація торгівлі. URL: www.wto.org
3. Архів Журналу «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
4. Управління контрактною діяльністю і практика ведення комерційних переговорів. URL: <http://libr.org.ua/book/77/2377.html>
5. Офіційний веб-сайт Наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>