



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Міжнародний маркетинг

КАФЕДРА

## менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

РОЗРОБНИК

**Танчик Олена Ігорівна**

к.е.н.

[o.tanchyk@inbox.dsum.edu.ua](mailto:o.tanchyk@inbox.dsum.edu.ua)

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**3**

кредити ЄКТС  
(90 годин)

**32**

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

**58**

годин - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**другий**

магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська /  
англійська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**екзамен**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

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

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

дисципліни професійної підготовки бакалавра менеджменту

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування комплексу теоретичних і практичних знань у сфері міжнародної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Методологічні засади міжнародного маркетингу

- Тема 1.** Концепція міжнародного маркетингу та його сучасні стратегії
- Тема 2.** Стратегії вибору фірмою способів виходу на зовнішній ринок
- Тема 3.** Методика проведення міжнародних маркетингових досліджень
- Тема 4.** Середовище міжнародного маркетингу

### Модуль 2. Комплекс маркетингових заходів впливу на зовнішній (світовий) ринок

- Тема 5.** Товарна політика у системі міжнародного маркетингу
- Тема 6.** Цінова політика у системі міжнародного маркетингу
- Тема 7.** Збутова політика у системі міжнародного маркетингу
- Тема 8.** Комунікаційна політика у системі міжнародного маркетингу

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- знати основні терміни, визначення та концепції міжнародного маркетингу;
- знати основні принципи та форми міжнародної маркетингової діяльності в сучасних умовах;
- знати методику проведення міжнародних маркетингових досліджень;
- вміти комплексно оцінювати ринкову ситуацію при виході на зовнішній ринок;
- вміти застосовувати методику проведення порівняльного аналізу щодо загроз та переваг для вітчизняних підприємств при виході на різні сегменти світових товарних ринків;
- здійснювати розроблення й обґрунтування комплексу маркетингу підприємства на зовнішньому ринку;



## Донецький державний університет управління

- здатність до розробки комплексних маркетингових програм в ув'язці з цілями і ресурсами фірми, враховуючи специфіку міжнародного маркетингу;
- здатність до прийняття та обґрунтування управлінських рішень в сфері міжнародного маркетингу в умовах жорсткої конкуренції на ринку.

### 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		$RD < 34$



**Основна література:**

1. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 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. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін.; за ред. Чеботаря С.І. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015. 368 с.
4. Козак Ю.Г. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 302 с.
5. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посібник. 3-ге вид., переробл. Київ: «Політехніка», 2012. 182 с.

**Англомовні видання:**

1. 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.
2. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660p.
3. Cateora Philip R., Graham John International Marketing. New York: McGraw-Hill, 2011. 650 p.
4. Albaum Gerald, Duerr Edwin. International Marketing and Export Management, 4th Ed. Prentice-Hall, 2002. 677 p
5. Christopher M. and eds. Relationship Marketing: Creating Stakeholder Value. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 2002. 264 p

**Інтернет джерела**

1. Новини світового бізнесу. URL: [www.QuickMBA.com](http://www.QuickMBA.com)
2. Світова організація торгівлі. URL: [www.wto.org](http://www.wto.org)
3. Центр зовнішньоекономічних зв'язків України. URL: [www.biz-center.ua](http://www.biz-center.ua)
4. Інкотермс 2010: правила ICC з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі, стали чинними з 01.01.2011 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988\\_014](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988_014)
5. Архів Журналу «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
6. Управління контрактною діяльністю і практика ведення комерційних переговорів. URL: <http://libr.org.ua/book/77/2377.html>
7. Офіційний веб-сайт Наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.