

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет управління
Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

International Marketing

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Затверджено на засіданні кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування
Протокол № 1 від «2» січня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2023-2024 н.р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація	3
2. Опис дисципліни	3
3. Структура дисципліни	4
4. Темі практичних занять	5
5. Самостійна робота	5
6. Індивідуальне завдання	6
7. Методи навчання	6
8. Система оцінювання дисципліни	7
9. Ресурсне забезпечення	9
10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів	9
11. Контактна інформація	10
12. Політика навчальної дисципліни	11

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	International Marketing	
Освітня програма	Управління навчальним закладом	
Спеціалізація (за наявності)		
Спеціальність	073 «Менеджмент»	
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Освітній рівень	магістр	
Статус дисципліни	вибіркова	
Курс / семестр		
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Очна форма навчання:</i> Лекції – 16 год. Практичні заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.	<i>Заочна форма навчання:</i> Лекції – 6 год. Практичні заняття – 4 год. Самостійна робота – 80 год.
Мова викладання	українська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Метою викладання навчальної дисципліни «International Marketing» є 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.</p> <p>Предметом навчальної дисципліни «International Marketing» є сукупність принципів комплексного системного управління міжнародною маркетинговою діяльністю на підприємстві та реалізація основних функцій маркетингу у міжнародному бізнесі.</p> <p>Завдання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - надання студентам знань про сутність і сферу міжнародного маркетингу; особливості проведення аналізу маркетингового середовища та виявлення його впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства; - розкриття теоретичних основ формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики вітчизняних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність; - формування практичних навичок дослідження світових ринків, сегментації світових ринків та обґрунтування вибору стратегії виходу на світові ринки товарів і послуг.
Компетентності
<p>Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.</p> <p>Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p>

<p>Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.</p> <p>Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p> <p>Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми.</p> <p>Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.</p> <p>Здатність реагувати на виклики зовнішнього бізнес-середовища в умовах сталого розвитку та євроінтеграції з урахуванням регіональних особливостей.</p>
Програмні результати навчання
<p>Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.</p> <p>Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами.</p> <p>Використовувати сучасні національні та закордонні практики управління та адміністрування у сфері бізнесу.</p>

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	The essence and scope of international marketing.	Розуміти сутність і поняття міжнародного маркетингу. Знати форми міжнародного маркетингу та істему міжнародної торгівлі.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
2.	Environment of international marketing.	Знати міжнародне економічне середовище. Розуміти політико-правове середовище, міжнародне економічне середовище та соціальнокультурне середовище.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
3.	Marketing research of world markets, their segmentation.	Знати підходи до вибору світових ринків. Діагностичний апарат аналізування вітчизняного та світових ринків товарів і послуг. Аналітичний інструментарій оцінки потенційної привабливості ринків збуту для експорту. Сегментація світових ринків.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
4.	Analysis of international competition.	Розуміти міжнародну конкуренцію. Знати як відбувається конкуренція в глобальних галузях.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).

5.	Product and product policy in international marketing.	Знати, що таке товар в комплексі міжнародного маркетингу. Конкуренція і конкурентоспроможність товару на світових ринках. Стратегії адаптації товарів до умов світових ринків. Міжнародні системи стандартизації та сертифікації. Експортоорієнтована товарна політика.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
6.	Prices and pricing policy in international marketing.	Знати, що таке ціни і цінова політика. Методи ціноутворення. Маркетингові цінові стратегії.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
7.	Organization and planning of international marketing.	Розуміти поняття «міжнародного маркетингу». Знати, що таке організація та планування в міжнародному маркетингу.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
8.	Branding in international marketing.	Розуміти застосування маркетингових технологій до конкретного продукту, продуктової лінійки чи бренду.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).

4. Темы практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	The essence and scope of international marketing.	2
2.	Environment of international marketing.	2
3.	Marketing research of world markets, their segmentation.	2
4.	Analysis of international competition.	2
5.	Product and product policy in international marketing.	2
6.	Prices and pricing policy in international marketing.	2
7.	Branding in international marketing.	2
	Разом	14

5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «International Marketing» складається з різних її видів:

- 1) підготовка до аудиторних занять (практичних занять);
- 2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;
- 3) підготовка індивідуального проєкту.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	The essence and scope of international marketing.	5
2.	Environment of international marketing.	10
3.	Marketing research of world markets, their segmentation.	10
4.	Analysis of international competition.	10
5.	Product and product policy in international marketing.	10
6.	Prices and pricing policy in international marketing.	10
7.	Branding in international marketing.	5
	Разом	60

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «International Marketing» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту:

1. Nestle International Strategy: Marketing Analysis
2. Zara International Marketing Strategy
3. Starbucks Company's International Business Strategy
4. The Role of Internet on International Marketing
5. Nike Inc.'s International Marketing Strategies
6. Globalization Influence on Product Development
7. International Marketing Strategies of Zalando and Asos
8. Samsung: The Global Marketing
9. International Business: Amazon.com
10. Marketing Communication Strategies: Domestic and International Markets
11. International Marketing and Marketing Communications
12. Starbucks: An International Strategy
13. International Marketing: H&M
14. The Disney Difference: Making Magic Happen
15. McDonald's
16. Apple Incorporation: International Marketing

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої доповіді англійською мовою та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

7. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «International Marketing» використовуються наступні методи навчання.

(опрацювання завдання)									
Самостійна робота (тестування з теми)	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Самостійна робота (індивідуальний проєкт)									20
Максимальна к-ть балів									100

Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Контроль за самостійну роботу.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.

2. Підготовка індивідуального проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 16 балів.

Підготовка індивідуального проєкту.

Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100 бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 20 балів.

Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

Шкала оцінювання для заліку

університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
80-89	B	
70-79	C	
60-69	D	
50-59	E	
25-49	FX	не зараховано
0-24	F	

9. Ресурсне забезпечення





Рекомендовані літературні джерела:

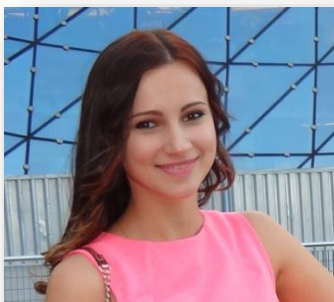


1. Alon I. Global Marketing: Contemporary Theory, Practice, and Cases / I. Alon, E. Jaffe. – McGrawHill/Irwin, 2012. – 624 p.
2. Baack D., Czarnecka B., Baack D. International Marketing, 2nd ed. Sage Publications Ltd, 2018. 632 p
3. Backhaus K., Büschken J., Voeth M. Internationales Marketing. Stuttgart: Poeschel, 2007.
4. Cateora P. International Marketing / P. Cateora, J. Graham, M. Gilly. – McGraw-Hill/Irwin, 2012 – 736 p.
5. Czinkota M. R. International Marketing / M. R. Czinkota, I. A. Ronkainen. – Cengage Learning, 2012. – 720 p.
6. Hollensen, Svend. Global Marketing. Harlow: Pearson Education. - 2017. - 873 p.
7. Horská, Elena et al. International Marketing: Within and Beyond Visegrad Borders. Kraków: Wydawnictwo Episteme. - 2014. – 312 p.
8. Keegan W. J. Global Marketing / W. J. Keegan, M. Green. – Prentice Hall, 2012. – 592 p.
9. Melewar T., Gupta S. Strategic International Marketing: An Advanced Perspective. Palgrave Macmillan, 2017. 302 p.
10. Mooij M. Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes / M. de Mooij. – SAGE Publications, Inc., 2013. – 416 p.

10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

Викладач	Різновид підвищення кваліфікації
Пітей Наталія Анатоліївна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стажування в Посольстві України у Республіці Польща, м. Варшава, 2012 р., липень 2. Стажування в Прикарпатському навчально-методичному центрі політичних та євроінтеграційних досліджень, м. Івано-Франківськ, 2014 р.. 3. Стажування в Центрі сертифікованих перекладів, м. Івано-Франківськ, 2014 р. 4. Стажування в Centrum Europy Wschodniej UMCS, Люблін, вересень – грудень 2018 р. 5. Вебінар «Education services in crisis: new features of personnel management», 19 липня 2023 р. 6. Вебінар «Financing of transport and infrastructure projects in crisis conditions», 20 липня 2023 р. 7. Вебінар «Sustainable Mobility in Communities: Recommendations for Recover», 25 липня 2023 р. 8. Вебінар «Strategy for the development of health care institutions in crisis conditions», 26 липня 2023 р. 9. Вебінар «Motivation and development of public sector workers in crisis conditions», 27 липня 2023 р. 10. Вебінар «Sustainable development goals and public governance in crisis conditions», 3 серпня 2023 р. 11. Вебінар «Digital technologies for setting and monitoring public managers' tasks in crisis conditions», 10 серпня 2023 р. 12. Вебінар «Bioeconomy and waste management», 16 серпня 2023 р. 13. Вебінар «Spatial planning of the development of territorial communities», 5 вересня 2023 р. 14. Вебінар «Adaptation of spatial planning to crisis situations», 6 вересня 2023 р.

11. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57</p> <p> каб. 1106 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p> kmba@pnu.edu.ua</p> <p>Сторінки в соцмережах:</p> <p> https://www.facebook.com/mbakafedra</p> <p> https://www.instagram.com/kafedra_mba/</p>
---------	--

Викладач	 <p>Пітей Наталія Анатоліївна – асистент кафедри публічного управління та адміністрування</p>
Контактна інформація викладачів	<p> +38 (95) 5969919</p> <p> nataliia.pitei@pnu.edu.ua</p> <p>Робочі години: Пн-Пт – 8:30 – 17:00</p>

12. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується «Положення про порядок організації та

	<p>проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4-5).</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти».</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Неформальна освіта	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

Викладач _____

Пітей Н. А.