

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ФАХОВИЙ ПЕРЕДВИЩИЙ
КОЛЕДЖ «ОПТИМА»

| | |
|---|--|
|  | ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ» |
| 1. Загальна інформація | |
| Освітня програма, галузь, спеціальність | ОПП «Маркетинг» Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» |
| Освітньо-професійний ступінь | Фаховий молодший бакалавр |
| Статус дисципліни (обов'язкова / вибіркова) | Навчальна дисципліна обов'язкова |
| Курс | 3 |
| Семестр | 6 |
| Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години | 3 кредити ЄКТС/ 180 год |
| Мова викладання | Українська |
| 2. Коротка анотація до курсу | |
| Предмет вивчення | Дисципліна належить до переліку нормативних навчальних дисциплін і спрямована на вивчення базових положень економічної теорії; набуття навичок використання мікро- та макроекономічного аналізу; розгляд базових моделей рівноваги економічних систем. |
| Мета вивчення | Формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань та практичних навичок щодо розроблення, реалізації та оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства в цифровому середовищі, використання сучасних інструментів онлайн-просування, аналітики та управління взаємодією зі споживачами в мережі інтернет. |
| Результати навчання | РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. |
| Компетентності (як можна користуватися набутими знаннями і вміннями) | ЗКЗ Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях |
| 3. Навчальна логістика | |
| Зміст дисципліни (перелік основних тем) | Тема 1. Теоретичні основи міжнародного маркетингу Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище Тема 3. Інформаційне середовище міжнародного маркетингу Тема 4. Дослідження світових ринків у міжнародному маркетингу Тема 5. Маркетингові стратегії на зарубіжному ринку Тема 6. Міжнародна товарна політика Тема 7. Сутність асортиментної політики на світовому ринку Тема 8. Ціноутворення в міжнародному маркетингу Тема 9. Світові ціни Лекція 10. Міжнародні канали розподілу продукції |

| | |
|---|---|
| | <p>Тема 11. Концепція глобального життєвого циклу товару</p> <p>Тема 12. Міжнародна цінова політика</p> <p>Тема 13. Міжнародні маркетингові комунікації</p> <p>Тема 14. Моделі виходу підприємства на зовнішній ринок</p> <p>Тема 15. Інвестиційні моделі виходу підприємства на зовнішній ринок</p> <p>Тема 16. Стратегічні альтернативи міжнародного підприємництва</p> <p>Тема 17. Поняття, елементи й підходи до розроблення міжнародного маркетингового комплексу</p> <p>Тема 18. Маркетингова логістика</p> <p>Тема 19. Міжнародна рекламна діяльність</p> <p>Тема 20. Управління міжнародною маркетинговою діяльністю</p> |
| Види занять <i>(лекції, практичні (семінарські) заняття тощо)</i> | <p>Лекції – 32 год.</p> <p>Практичні роботи – 48 год.</p> |
| Форма навчання | Очна (дистанційна) |
| Методи навчання | Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: Moodle, Teamse, проблемні та інтерактивні лекції, case-study, вебінари, аудіопрезентації, відеопрезентації, тести.. |
| Пререквізити <i>(знання на яких базується вивчення дисципліни)</i> | “Математика”, “Економіка підприємства”, “Менеджмент” |
| Пореквізити <i>(дисципліни в яких будуть використовуватися отримані знання)</i> | "Статистика", "Бізнес аналіз" |
| Рекомендована література та інтернет-ресурси | <ol style="list-style-type: none"> 1. Співаковська Т. В., Царьова Т. О. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 69 с. 2. Барановська М., Козака Ю., Смичека С. Міжнародний маркетинг: у питаннях та відповідях : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури (ЦУЛ), 2021. 302 с. 3. Ларіна Я. С., Бабічева О. І., Буряк Р. І., Рафальська В. А. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник Суми: 2025. 452 с. 4. Sak Onkvisit, Michael A. Merz, John J. Shaw International Marketing: Strategy and Theory : textbook Abingdon : Routledge, 2025. 540 с. 5. Svend Hollensen, Ana Bogdanovic Global Marketing : textbook London : Pearson, 2025. 9. 600 с. |
| Форма семестрового контролю <i>(залік / екзамен)</i> | Залік |
| Система оцінювання набутих здобувачем знань та вмінь | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою ЄКТС |
| 4. Політика курсу | |
| Щодо дедлайнів | <ul style="list-style-type: none"> - усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін; - самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу; - ліквідація заборгованості відбувається протягом 2 тижнів після встановленого терміну; - здобувачі освіти, після завершення аудиторних занять, мають право підвищити свій рейтинг за встановленим графіком. |

| | | |
|---|--|---|
| Щодо академічної доброчесності | <ul style="list-style-type: none"> - списування заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів); - під час роботи над завданнями, користуючись Інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації студент зобов'язаний вказати джерело, використане під час виконання завдання; - у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання, які передбачені даним курсом. | |
| 5. Інформація про викладачів | | |
| Циклова комісія | Циклова комісія економічних дисциплін | |
| Викладач |  | ПІБ викладача: Скидан М.І. Посада: викладач E-mail: m.skydan@optima.study |
| Оригінальність навчальної дисципліни | Авторський курс | |