

Назва дисципліни	БК 29 Міжнародний маркетинг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	4 кредити/ 120 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Трофімчук Олександр Романович
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://rshu.edu.ua/fakultety-ta-instytuty/121-personalii/2762-trofimchuk-oleksandr-romanovych
E-mail викладача:	art@artlino.com.ua
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: ознайомлення здобувачів вищої освіти із теоретичними та практичними основами формування системи теоретичних знань і прикладних знань про методи і процеси управління формуванням, функціонуванням та розвитком підприємницьких відносин на зарубіжних ринках у галузі міжнародного маркетингу.

Завданнями навчальної дисципліни є: вивчення теоретичних засад аналізу міжнародного маркетингового середовища та оцінювання його привабливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності; засвоєння методів отримання та оброблення маркетингової інформації в міжнародній діяльності; визначення основних складових та особливостей побудови маркетингової політики підприємства на міжнародних ринках; форми взаємодії бізнес-партнерів у закордонних торговельних мережах; особливості організації комунікативної політики на міжнародних ринках; особливості формування маркетингової товарної політики на міжнародних ринках; розуміння специфіки збутової комунікативної політики на міжнародних ринках; набуття навиків у формуванні міжнародної маркетингової політики підприємства; створення підґрунтя для використання здобутих теоретичних знань у практичній діяльності.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

Очікувані результати навчання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію..

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності..

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння матеріалу дисципліни «Міжнародний маркетинг» зросте, якщо здобувачі вищої освіти попередньо опанують: «Маркетинг послуг», «Основи маркетингу», «Маркетингові дослідження».

Мотивація здобувачів вищої освіти полягає:

- формування почуття задоволення від пізнання нового;
- усвідомлення розширення власних перспектив у плані знайомства з дійсністю, відкриття невідомих сторін оточуючої дійсності – закономірностей творчості;
- формування стійкої тенденції до продовження креативної діяльності;
- вузькі соціальні мотиви (прагнення отримати схвалення, посісти гідне місце в соціальній групі, підтвердити свій статус, підвищити рівень креативності, артистизму);
- мотиви соціального співробітництва, спілкування з іншими людьми упродовж здобуття вищої освіти.

Спільна (групова) діяльність здобувачів вищої освіти при вивченні дисципліни «Міжнародний маркетинг» може бути:

- 1) за рівнем навчальних можливостей здобувачів – гомогенною та гетерогенною;
- 2) за особливостями розподілу навчальних завдань – однорідною, диференційованою, кооперованою, індивідуально груповою;
- 3) за часом функціонування – пролонгованою та локальною.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти при вивченні курсу передбачає:

- підготовку до аудиторних занять та опрацювання матеріалу практичних робіт;
- вивчення окремих тем або питань змістового модуля, які у Робочій програмі винесено на самостійне опрацювання;
- виконання диференційованих завдань;
- підготовку рефератів та реферативних повідомлень, виступів на заняттях;
- виконання завдань для самоконтролю, що передбачає розв'язання практичних завдань, проходження тестів, відповідей на питання тощо;
- виконання творчих завдань, передбачених дисципліною.

Перелік тем

1. Міжнародне маркетингове середовище
2. Міжнародні маркетингові дослідження
3. Моделі та стратегії виходу фірми на зарубіжний ринок
4. Міжнародна товарна політика
5. Міжнародна цінова політика

6. Міжнародні канали розподілу
7. Міжнародні маркетингові комунікації

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Базова

1. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. 152 с.
2. Мазаракі А.А. Міжнародний маркетинг: навч.підручник. / Київ: Державний торгово-економічний університет, 2000. 306 с.
3. Князева Т.В., Колбушкін Ю.П., Петровська С.В. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. К.; НАУ, 2019. – 164 с.
4. Рахман М.С. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. Харків: ХНУ, 2017. – 180 с.
5. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Київ: КНЕУ. 2005. 236 с.

Інформаційні ресурси

6. Електронна бібліотека РДГУ. URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>.
7. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
8. Найбільший інформаційний ресурс в Інтернеті про offline- і online-рекламі: URL: <https://www.reklamaster.com>
9. Незалежний інформаційний проект про маркетинг і маркетологів: URL: <https://www.4p.net.ua>
10. Інтернет-видання про маркетинг «MarketingMix» : URL: <https://www.mm.com.ua>
11. Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська рекламна коаліція» : URL: <https://www.adcoalition.org.ua>
12. Рекламний Портал «Рекламний простір» : URL: <https://www.urp.kiev.ua>
13. Журнал «Маркетинг і реклама» : URL: <https://www.mr.com.ua>
14. Журнал «Новий маркетинг» : URL: <https://marketing.web-standart.net>

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні	P15.	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО6 МО7 МО10
ЗК13	Здатність працювати в міжнародному	P15.	Діяти соціально відповідально та	МН1 МН2	МО2 МО6

	контексті.		громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	МН3 МН4 МН5 МН6	МО7 МО10
ЗК14.	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	Р15.	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО6 МО7 МО10
СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу	Р1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО6 МО7 МО10
		Р8.	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО6 МО7 МО10
СК2.	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу	Р1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО6 МО7 МО10
СК3.	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	Р4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО6 МО7 МО10

		P10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	MO2 MO6 MO7 MO10
СК4.	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	P6.	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	MO2 MO6 MO7 MO10

* MН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); MН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); MН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); MН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анування, рецензування, складання реферату); MН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); MН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); MН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** MO1 – екзамени; MO2 – усне або письмове опитування; MO3 – колоквиум; MO4 – тестування; MO5 – командні проекти; MO6 – реферати, есе; MO7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; MO8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; MO9 – захист лабораторних і практичних робіт; MO10 – залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «Міжнародний маркетинг»

Поточне тестування та самостійна робота							ІЗ	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7		
8,0	8,0	8,0	12,0	8,0	8,0	8,0		
Модульний контроль - 20							20	100,0

№ з.п.	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
T1	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття.	3	8
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
T2	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття.	3	8
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
T3	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття.	3	8
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	

T4	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	6 6	12
T5	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
T6	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
T7	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
<i>Модульний контроль</i>		-	20
<i>ІЗ</i>		-	20
Разом:		100	

Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчально-ї діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	A	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	B	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу,	Середній (репродуктивний)		

			виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих			
60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.