

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



Факультет історії, політології і міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Міжнародний маркетинг

Освітня програма Управління міжнародним бізнесом

Спеціалізація (за наявності) _____

Спеціальність 073 Менеджмент

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні
кафедри

Протокол №__від
“ ” _____ 20____р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Міжнародний маркетинг
Освітня програма	Управління міжнародним бізнесом
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	Вибіркова
Курс / семестр	2 / 4
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 12 год. Семінарські заняття – 18 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу (в межах мети на цілей ОП)
Компетентності (мають співпадати з матрицею ОП)
Програмні результати навчання (мають співпадати з матрицею ОП)

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Теоретичні основи маркетингу	Основні поняття та класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Поведінка споживача.	Тести, питання, кейси
2.	Аналіз маркетингового середовища	Поняття маркетингового середовища. Система маркетингової інформації. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.	Тести, питання, кейси
3.	Маркетингова товарна політика	Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.	Тести, питання, кейси
4.	Маркетингова цінова політика	Процес ціноутворення. Етапи ціноутворення. Завдання ціноутворення. Підходи до ціноутворення.	Тести, питання, кейси
5.	Маркетингова політика розподілу	Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу: довжина, ширина. Визначення стратегії розподілу.	Тести, питання, кейси

6.	Маркетингова політика комунікацій	Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика моделі AIDA. Чинники структури комплексу стимулювання.	Тести, питання, кейси
----	-----------------------------------	---	-----------------------

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	-
Семінарське заняття	40
Самостійна робота	10
Індивідуальне завдання	-
Залік/Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Лекції																		
Семінарські з-тя		7		7		7		7		7		5						40
Самостійна р-та														10				10
Індивідуальні завдання																		
Залік /Екзамен																		50
Всього за тиж-нь		7		7		7		7		7		5		10				50
																		100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Baack, D. W., Czarnecka, B., & Baack, D. (2019). International marketing. SAGE Publications. 2. Gilly, M. C., Graham, J., & Cateora, P. R. (2019). International marketing. McGraw-Hill Education. 3. Kerin, R. A., & Peterson, R. (2012). Strategic marketing problems. Prentice Hall. 4. Kotler, P. K., & Keller, K. (2021). Marketing management. Pearson. 5. Pease, W. M. (2021). The language of global marketing: Translate your domestic strategies into international sales and profits. 6. Solomon, M. R. (2019). Consumer behavior (13th ed.). Pearson Education. 7. Weigold, M. F., & Arens, W. (2017). M: Advertising. McGraw-Hill Education. 8. Попова, Н. (2016). Маркетинг: підручник. 	

9. Сенишин, О. С., & Кривешко, О. В. (2020). Маркетинг : навч. посібник. Львівський національний університет імені Івана Франка.
10. Старостіна, А. О., & Кравченко, В. А. (2018). Маркетинг. Навчальний посібник. НВП «Інтерсервіс».
11. Храбатин, О. І., & Яворська, Л. В. (2014). Маркетинг: Навчальний посібник.

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин вул. Чорновола, 1 (0342) 75-20-27 http://kmev.pnu.edu.ua kaf_mev@pnu.edu.ua
Викладач (і) Гостьові лектори	
Контактна інформація викладача	semen.blahun@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	Неприпустимі плагіат та списування.
Пропуски занять (відпрацювання)	Обов'язковим є для отримання позитивної оцінки відвідування більш 50% занять та виконання самостійної роботи. Пропуски практичних занять відпрацьовуються наступним чином: опрацювання теми, а також виконання завдання із теми.
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Виконання завдання пізніше встановленого терміну характеризується зниженням отриманих балів, про те студент не є обмеженим у досягненні конкретного балу і завжди може його отримати, за допомогою отримання додаткових завдань.
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття розглядається є підставою для зниження оцінки студента та направлення звернення до куратора академічної групи.
Додаткові бали	-
Неформальна освіта	Результати неформальної освіти враховуються під

	<p>час оцінювання студентів, як в розрізі конкретних тем так і самостійної роботи. Підставою для зарахування результатів неформальної освіти виступає наданий валідний сертифікат.</p> <p><u>Рекомендовані платформи:</u> Coursera EdX Prometheus EdEra EduHub TED</p>
--	--

Викладач Благун С.І.