

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь бакалавр

Розробник:
Даниленко Вікторія –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Гарант ОПП:
Терещенко Іван –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Полтава
2021 р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Міжнародний маркетинг <i>обов'язкова дисципліна загальної підготовки</i>
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Даниленко Вікторія , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: viktoriiia.danylenko@pdaa.edu.ua тел. 0669089325 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna
Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський) рівень</i>
Спеціальність	<i>075 Маркетинг</i>
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Базові знання з «Економічна теорія», «Іноземна мова», «Інфраструктура товарного ринку», «Зовнішньоекономічна діяльність»</i>

Опис дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі маркетингової діяльності на світових товарних та регіональних ринках, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі; допомогти студентам здобути знання щодо сучасної концепції міжнародного маркетингу та умов, механізмів та інструментів її використання в діяльності міжнародних підприємств.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування системи знань про теоретичні засади аналізу міжнародного маркетингового середовища та оцінювання його привабливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності; визначення основних складових та особливостей побудови маркетингової політики підприємства на міжнародних ринках; вивчення особливостей здійснення різноманітних міжнародних маркетингових стратегій; розуміння специфіки збутової політики на міжнародних ринках.

Компетентності:

загальні:

ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

спеціальні (фахові):

ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Програмні результати навчання:

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Теоретичні аспекти міжнародного маркетингу

Предмет, структура та завдання дисципліни «Міжнародний маркетинг». Місце та роль міжнародного маркетингу в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Глобалізаційні процеси в міжнародній торгівлі як передумова розвитку міжнародного маркетингу. Особливості

міжнародного маркетингу як управлінської діяльності. Чинники розвитку міжнародного маркетингу. Еволюція концепцій міжнародного маркетингу. Етапи формування концепції міжнародного маркетингу. Відмінності національного та міжнародного маркетингу. Багатонаціональний та глобальний маркетинг. Рівні інтернаціоналізації маркетингової діяльності: внутрішній маркетинг, експортний маркетинг, транснаціональний маркетинг, багатонаціональний та глобальний маркетинг. Характеристика суб'єктів міжнародної маркетингової діяльності. Складові комплексу міжнародного маркетингу.

Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище

Поняття міжнародного маркетингового середовища, його зміст та складові. Передумови формування глобального маркетингового середовища. Трирівнева модель міжнародного маркетингового середовища. Структура макросередовища міжнародного маркетингу. Політико-правове середовище. Економічне середовище. Елементи соціокультурного середовища як об'єкт дослідження в міжнародному маркетингу. Особливості національних культур та їх вплив на міжнародну маркетингову діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу. Вплив діяльності транснаціональних корпорацій на макросередовище. Інтегрування вертикальних та горизонтальних зв'язків у ТНК. Мікросередовище міжнародного маркетингу. Складові міжнародного мікросередовища. Мікросередовище ТНК.

Тема 3. Дослідження світових ринків в міжнародному маркетингу

Організація міжнародних маркетингових досліджень на підприємстві. Джерела отримання інформації про зовнішній ринок. Види міжнародних маркетингових досліджень. Дослідження міжнародного ринку. Дослідження міжнародних продажів. Дослідження поведінки покупців. Вторинне (кабінетне) дослідження закордонного ринку. Джерела вторинної інформації. Переваги та недоліки кабінетних досліджень. Первинне (польове) дослідження закордонного ринку: методики проведення опитувань, спостережень, експериментів. Проблеми проведення польових досліджень на зовнішньому ринку. Методи оброблення маркетингової інформації в процесі міжнародних досліджень. Міжнародні маркетингові дослідження в мережі Інтернет. Ступінь розвитку джерел вторинної маркетингової інформації в Україні.

Тема 4. Маркетингові стратегії на зарубіжному ринку

Конкурентоспроможність фірми і її продукції на зарубіжному ринку. Форми і методи виходу на міжнародний ринок. Міжнародний франчайзинг, іноземні інвестиції та міжнародний факторинг в міжнародному маркетингу. Стратегічні альтернативи в міжнародному маркетингу. Рішення щодо розробки міжнародної маркетингової стратегії. Міжнародні маркетингові стратегії. Міжнародні стратегії зростання. Загальні стратегії. Стратегії географічної (регіональної) експансії. Глобальні маркетингові стратегії. Стратегії продукт-ринок. Конкурентні стратегії.

Тема 5. Товарна політика у міжнародному маркетингу

Поняття та завдання міжнародної товарної політики. Етапи формування товарної політики при виході підприємства на зовнішні ринки. Структура міжнародної товарної політики. Аналіз напрямків здійснення міжнародної товарної політики. Визначення ступеня товару відносно зовнішнього ринку. Формування концепції міжнародного товару. Концепція глобального життєвого циклу товару. Синхронний вихід товару на зовнішні ринки. Послідовний вихід товару на зовнішні ринки. МЖЦТ як чинник впливу на стратегію зовнішньої експансії фірм. Міжнародні товарні стратегії. Використання товарного знака на зовнішніх ринках. Брендинг як складова міжнародної товарної політики. Брендинг товару. Брендинг підприємства. Міжнародні вимоги до упаковки та маркування. Функції упаковки та маркування на зовнішніх ринках. Фактори вибору упаковки міжнародного продукту. Особливості послуг як об'єкта міжнародної торгівлі. Формування показників визначення якості послуг.

Тема 6. Ціноутворення у міжнародному маркетингу

Формування цінової політики на зовнішніх ринках. Чинники впливу на прийняття цінових рішень щодо міжнародних ринків. Міжнародні цінові стратегії. Цінова дискримінація на міжнародних ринках. Багатоетапна цінова стратегія. Використання цінової стратегії кривої досвіду в міжнародному масштабі. Трансфертні ціни ТНК. Переваги та недоліки в практиці

міжнародного бізнесу моделей та методів ціноутворення. Цінові конкурентні стратегії суб'єктів міжнародного бізнесу. Вплив Інтернету на процес ціноутворення на зовнішньому ринку.

Тема 7. Засоби просування продукту на зарубіжний ринок

Міжнародні канали розподілу продукції. Критерії вибору каналу розподілу продукції. Управління каналами розподілу продукції на зовнішніх ринках. Міжнародні маркетингові комунікації. Комунікаційна політика в системі міжнародного маркетингу. Міжнародний комунікаційний комплекс як складова комплексу маркетингу. Рівні комунікацій у міжнародних компаніях. Елементи та процес міжнародних маркетингових комунікацій. Засоби міжнародних комунікацій. Інструменти просування товарів на зовнішніх ринках.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язуван ня тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Теоретичні аспекти міжнародного маркетингу.	2	2	3			7
Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище.	2	2	3			7
Тема 3. Дослідження світових ринків в міжнародному маркетингу.	2	2	3			7
Тема 4. Маркетингові стратегії на зарубіжному ринку.	4	4	6			14
Тема 5. Товарна політика у міжнародному маркетингу.	2	2	3			7
Тема 6. Ціноутворення у міжнародному маркетингу.	2	2	3			7
Тема 7. Засоби просування продукту на зарубіжний ринок.	2	2	3			7
За будь якою темою на вибір				8	14	22
За будь якою темою на вибір				8	14	22
Разом	16	16	24	16	28	100

Трудовість:

Загальна кількість годин – 105 год.

Кількість кредитів 3,5

Форма семестрового контролю залік

Рекомендовані джерела інформації

Основні

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. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. К. : НАУ, 2019. 164 с.
4. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін. / за ред. Чеботаря С.І. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015. 368 с.
5. Шталь Т.В. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. Харківський

національний економічний університет ім. С. Кузнеця. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 274 с.

6. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana, THE ECONATURAL, ECONOMIC AND MARKETING POTENTIAL OF THE ORGANIC PRODUCTION DEVELOPMENT IN THE WORLD. *Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph* / in edition I. Markina. Nemoros s.r.o., 2021. P.

7. Iuliia Samoilyk, Tatiana Borovyk, Viktoria Danylenko. THE AGRI-FOOD MARKET CONJUNCTURE UNDER THE ECONOMIC GLOBALIZATION CONDITIONAL: ECONOMIC, MARKETING, ENVIRONMENTAL COMPONENTS. Management of the 21st century: globalization challenges. Issue 3. *Collective monograph*. Nemoros s.r.o. Prague, 2020. P.101-108 <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439>

8. Дахно І.І., Алієва-Барановська В.М. Зовнішньоекономічна діяльність. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 356 с.

9. Чернишова Л.Л., Величко К.Ю., Козуб В.О., Носач Л.О., Печенка О.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: практикум: навч. посіб. Харків: Видавництво «Форт», 2017. 238 с.

10. Козак Ю.Г., Притула Н.В., Єрмакова О.А. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія]. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 240 с.

11. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Зовнішньоекономічна діяльність: термінологічний словник. Київ: Кондор, 2017. 168 с.

12. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Сіваченко І.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. 2-ге вид., перераб. і доп. Київ: ЦУЛ, 2016. 792 с.

13. Ткаченко А.М., Дідченко О.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч.-метод. посіб. для студентів ВНЗ. Дніпро: ДВНЗ УДХТУ, 2017. 353 с.

14. Дунська А.Р., Жалдак Г.П. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. до вивчення дисципліни для студ. галузі знань 07 Управління та адміністрування, за спеціальністю 073 Менеджмент. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 64 с.

15. Дятлова В.В, Положенцева К.В. Зовнішньоекономічна діяльність України: регіональні особливості, тенденції та напрями розвитку. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1 (38). С. 73-78.

16. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон: навч. посібник. 6-те вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 290 с.

17. Козак Ю.Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 289 с.

18. Макарова О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: конспект лекцій. Луцьк: ПП «Поліграфія», 2020. 90 с.

Допоміжні

1. Носач Л.Л., Величко К.Ю., Печенка О.І., Зосимова Ж.С. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції: навчальний посібник. Харків: Видавництво «Форт», 2016. 240 с.

2. Маслак О.О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. Львів: Новий Світ. 2016. 352 с.

3. Решетнікова О.В., Даниленко В.І., Боровик Т.В. Логістична інфраструктура як стратегічний елемент розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва*: колективна монографія; за ред. О. В. Калашник, Х. З. Махмудова, І. О. Яснолоб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. С. 143-150. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/10777>

4. Решетнікова О.В., Даниленко В.І., Боровик Т.В. Логістика як чинник забезпечення конкурентоспроможності України у сфері зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2021. Т. 26. Вип. 1(86). с. 66-72 URL:

<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/10776>

5. Даниленко В.І., Калюжна Ю.П. Основи маркетинг-менеджменту у зовнішньоекономічній діяльності аграрних підприємств. Менеджмент ХХІ століття: глобалізаційні виклики: монографія / За ред. І.А. Маркіної. Полтава: Видавництво «Сімон», 2017. С. 579-585. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/4246>

6. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Калюжна Ю.П., Писаренко С.В. Вплив цінової та збутової політики на конкурентоспроможність підприємства в контексті законодавства ЄС. *Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва*: колективна монографія; за ред. О.В. Калашник, Х.З. Махмудова, І.О. Яснолоб. Полтава: Видавництво ПП «Астрая», 2019. С. 86-93. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/7196>

7. Даниленко В.І., Дядик Т.В., Боровик Т.В. Міжнародна практика забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки. *Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва*: колект. моногр. За заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Видавець Біла К.О. 2020. С. 305-314. URL: http://confcontact.com/2020-kolektyvna-monographiya/kolektyvna_monographiya_2020_maket.pdf#page=305

8. Зінчук Т.О. Міжнародні економічні відносини та зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 512 с.

9. Подцерковний О.П. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навчально-методичний посібник (для студентів денної та заочної форми навчання). Одеса: НУ «ОЮА», 2021. 166 с.

10. Кахович О.О., Кахович Ю.О. Мотиви створення спільних підприємств як одного із видів зовнішньоекономічної діяльності. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/2459/1/11kakhovich.pdf>.

11. Назаров Н.К., Бараннік І.О. Економічна безпека експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2019. № 5. С. 142-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_5_23.

12. Шталь Т.В., Василенко М.В. Сучасні методи обчислення експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання*. Дніпропетровськ: Дніпропетров. держ. аграрний ун-т: ТОВ «ДКС Центр», 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5373>.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI(поточна редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Офіційний сайт Інкотермс 2020 в Україні. URL: <https://incoterms2020.com.ua/terms>
4. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua
5. Офіційний сайт Національного банку України URL: www.bank.gov.ua
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua
7. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України <http://sfs.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. URL: <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua;>
9. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: [http://www.mtu.gov.ua/;](http://www.mtu.gov.ua/)
10. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>.