

## СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

<b>Лектор курсу</b>		Совершенна Ірина Олексіївна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		<b>Контактна інформація лектора (e-mail), Посилання на курс в GWE</b>		e-mail: <a href="mailto:i.rovershenna@duikt.edu.ua">i.rovershenna@duikt.edu.ua</a> ; Код курсу: jbmamep Посилання на курс: <a href="https://classroom.google.com/c/NzEwNDA0MDc1NDcy">https://classroom.google.com/c/NzEwNDA0MDc1NDcy</a>	
<b>Лектор курсу</b>		Совершенна Ірина Олексіївна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу					
<b>Галузь знань</b>		07 Управління та адміністрування		<b>Рівень вищої освіти</b>		бакалавр	
<b>Спеціальність</b>		075 Маркетинг		<b>Семестр</b>		7	
<b>Освітня програма</b>		«Маркетинг»		<b>Тип дисципліни</b>		Основна освітня компонента ОПП	
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	3	90	18	-	36	-	36
<b>АНОТАЦІЯ КУРСУ</b>							
<b>Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі</b>							
Освітні компоненти, які передують вивченню			Маркетингові дослідження. Електронний бізнес. Маркетингові комунікації. Брендінг. Маркетингова товарна політика				
Освітні компоненти для яких є базовою			Реклама та рекламна діяльність				
<b>Мета курсу:</b>	опанування студентами теоретичних основ і набуття практичних навичок у сфері міжнародного маркетингу для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку.						
<b>Компетентності відповідно до освітньої програми</b>							
<b>Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)</b>					<b>Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)</b>		
<p><b>ЗК 1.</b> 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.</p> <p><b>ЗК 2.</b> Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p><b>ЗК 3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК 6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК 7.</b> Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення</p> <p><b>ЗК 8.</b> Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.</p> <p><b>ЗК 9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.</p> <p><b>ЗК 13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті</p>					<p><b>ПП 3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі</p> <p><b>ПП 8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p><b>ПП11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>ПП12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу</p> <p><b>ПП 13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі</p> <p><b>ПП 14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>		

<b>ЗК 14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо	
<b>Програмні результати навчання (ПРН)</b>	
<p><b>ПРН 2.</b> Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПРН 9.</b> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p><b>ПРН 15.</b> 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</p>	

<b>ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ</b>		
Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1 «СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ. МІЖНАРОДНІ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ. СЕГМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ»</b>		
<p><b>Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу</b></p> <p><u><b>Знати:</b></u> специфіка та форми міжнародного маркетингу, його проблеми та суб'єкти</p> <p><u><b>Вміти:</b></u> розрізняти форми міжнародного маркетингового середовища</p> <p><u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 1, ЗК2, ЗК7, ЗК 13, ЗК 14, ПП 3, ПП 11</p> <p><u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 9, ПРН 15</p> <p><u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1-5</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання. Етапи розвитку міжнародного маркетингу. Етапи інтернаціоналізації.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Експортний маркетинг як одна із форм міжнародного маркетингу.
	Самостійна робота 3 год	<u>Дайте відповідь на питання:</u> Міжнародний маркетинг – це. Етапи розвитку міжнародного маркетингу. Етапи інтернаціоналізації. Обґрунтуйте підвищення зацікавленості фірм у використанні концепції міжнародного маркетингу в останні роки. Відповідь аргументуйте прикладами.
<p><b>Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище</b></p> <p><u><b>Знати:</b></u> загальну характеристику міжнародного маркетингового середовища</p> <p><u><b>Вміти:</b></u> аналізувати кон'юнктуру зарубіжного ринку</p> <p><u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 6, ЗК7, ЗК13, ПП 3, ПП 11</p> <p><u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 2, ПРН 9</p> <p><u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1 - 5, 6, 9</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач на визначення факторів міжнародного маркетингового середовища.
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Вирішення ситуаційних завдань.
	Самостійна робота 3 год	<u>Дайте відповідь на питання:</u> Міжнародне маркетингове середовище – це. Політико – правове середовище міжнародного маркетингу. Оцініть вплив різних видів інформації про зарубіжний ринок, що наведена нижче, на прийняття рішень у міжнародному маркетингу: рівень інфляції, стан платіжного балансу, обсяги іноземних та зарубіжних інвестицій, відносини з міжурядовими та неурядовими міжнародними організаціями, участь в інтеграційних угрупованнях.

<b>Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження</b> <b>Знати:</b> особливості та стадії міжнародного маркетингового дослідження, типи міжнародних маркетингових досліджень <b>Вміти:</b> проводити міжнародне маркетингове дослідження та складати звіт про його проведення <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК8, ЗК 13, ПП 3, ПП 11, ПП 12, ПП 14 <b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 5, ПРН 9 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,5,9 <b>Оцінювання за тему = 6 балів</b>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Вирішення ситуаційних завдань.
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Самостійна робота 3 год	<b>Дайте відповідь на питання:</b> Суть міжнародних маркетингових досліджень. Типи міжнародних маркетингових досліджень. Охарактеризуйте особливості міжнародних маркетингових досліджень зарубіжних ринків. Як на рівні фірми можна організувати моніторинг політико-правового середовища зарубіжних ринків?
<b>Тема 4. Сегментація світового ринку</b> <b>Знати:</b> підходи та критерії міжнародного сегментування, стратегії охоплення цільових сегментів <b>Вміти:</b> визначати критерії сегментації світового ринку, позиціонувати товар на зарубіжному ринку <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК8, ЗК 13, ПП 3, ПП 8, ПП 11, ПП 14 <b>Результати навчання:</b> ПРН 2 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,5,6-9 <b>Оцінювання за тему = 6 балів</b>	Лекція 4 2 год.	Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Вирішення ситуаційних завдань.
	Самостійна робота 3 год	<b>Дайте відповідь на питання:</b> Методи і стратегії сегментації. Поясніть, чи є сегментація світового ринку необхідною умовою успіху фірми у міжнародній діяльності. Доведіть свою думку на прикладі діяльності підприємств фармацевтичної, легкої, промисловості, телекомунікацій?
<b>Тема 5. Вибір зарубіжних ринків</b> <b>Знати:</b> види міжнародної конкуренції, підходи до вибору зарубіжних ринків. <b>Вміти:</b> визначати рівень конкуренції зарубіжних ринків, застосовувати критерії вибору привабливих ринків <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 6, ЗК8, ЗК 13, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14 <b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 9 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 6-9 <b>Оцінювання за тему = 6 балів</b>	Лекція 5 2 год.	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Практичне заняття 9 2 год.	Проведення модульного контролю №1 «Середовище міжнародного маркетингу. Міжнародні маркетингові дослідження. Сегментація міжнародного ринку»
	Самостійна робота 3 год	<b>Дайте відповідь на питання:</b> Етапи сегментації світового ринку. Підходи до вибору зарубіжних ринків. Для якої фірми — експортера, ТНК чи глобальної компанії проблема вибору зарубіжного ринку найбільш актуальна? Опишіть зв'язок між рівнем розвитку матеріальної культури в країні та рівнем економічного розвитку. Наведіть приклади. Дайте власне розуміння політичної стабільності. За якими показниками менеджер з міжнародного маркетингу фірми визначає картину політичної стабільності?
<b>Розділ 2 «МОДЕЛІ ВИХОДУ НА ЗАРУБІЖНИЙ РИНОК. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ КОМПЛЕКС»</b>		
<b>Тема 6. Моделі та стратегії виходу фірми на зовнішні ринки</b> <b>Знати:</b> моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній	Лекція 6 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою

<p>ринок, особливості прямого та непрямого експорту, критерії прямого інвестування</p> <p><b>Вміти:</b> здійснювати стратегії виходу фірми на зовнішній ринок</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 6, ЗК7, ЗК9, ЗК 13, ЗК 14, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 9, ПРН 15</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5, 6-9</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	заняття 10 2 год.	самостійного вивчення дисципліни
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 3 год	<b>Дайте відповідь на питання:</b> Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Стратегії виходу фірми на зовнішній ринок. Критерії вибору стратегії виходу. Прямий та непрямий експорт. Спільна підприємницька діяльність. Критерії прямого інвестування. Чи будуть залежати стратегії виходу фірми на зовнішній ринок від досвіду її міжнародної діяльності та рівня інтернаціоналізації.
<p><b>Тема 7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика</b></p> <p><b>Знати:</b> міжнародний маркетинговий комплекс, сутність міжнародної товарної політики та фактори впливу на неї, складові елементи товару та сервісу</p> <p><b>Вміти:</b> використовувати маркетинговий комплекс, стратегії адаптації та стандартизації на міжнародному ринку</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 1, ЗК2, ЗК 3, ЗК 6, ЗК7, ЗК9, ЗК 13, ЗК 14, ПП 3, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 9, ПРН 15</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-7, 9</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	Лекція 7 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 3 год	<b>Дайте відповідь на питання:</b> Міжнародна товарна політика. Фактори що впливають на товарну політику. Сутність стратегії адаптації і стратегії стандартизації.
<p><b>Тема 8. Міжнародна цінова політика</b></p> <p><b>Знати:</b> поняття міжнародної цінової політики, методика міжнародного ціноутворення</p> <p><b>Вміти:</b> здійснювати міжнародну стратегію ціноутворення</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 1, ЗК2, ЗК 3, ЗК 6, ЗК7, ЗК9, ЗК 13, ЗК 14, ПП 3, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 9, ПРН 15</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,5 -9</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	Лекція 8 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 3 год	<b>Дайте відповідь на питання:</b> Міжнародна цінова політика. Міжнародна стратегія ціноутворення. Поясніть твердження: «При обґрунтуванні цінової стратегії щодо показників «ціна — якість» необхідно враховувати характеристики зарубіжного сегмента». Доведіть свою думку. Охарактеризуйте цінові ситуації у залежності від ступеня інтернаціоналізації діяльності фірми. Надайте послідовність маркетингових дій у міжнародному ціноутворенні. Назвіть та охарактеризуйте цінові стратегії в залежності від цілей фірми на зовнішньому ринку.
<p><b>Тема 9. Міжнародні канали розподілу</b></p>	Лекція 9 1 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<p><b>Знати:</b> особливості системи збуту, канали розподілу на міжнародному ринку, критерії вибору каналів збуту</p> <p><b>Вміти:</b> вибирати учасників каналів розподілу, здійснювати збутову політику підприємства</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 6, ЗК7, ЗК9, ЗК 13, ЗК 14, ПП 3, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 13, ПП 14</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 9</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-9</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.</p>
	<p>Практичне заняття 17 2 год.</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p>
	<p>Самостійна робота 3 год</p>	<p><u>Дайте відповідь на питання:</u> Канали розподілу. Критерії вибору каналів збуту. З якими неконтрольованими чинниками може зіткнутися маркетолог при організації міжнародних каналів розподілення продукції? Назвіть фактори вибору учасників каналу розподілу продукції на зарубіжному фармацевтичному ринку.</p>
<p><b>Тема 10. Міжнародні маркетингові комунікації</b></p> <p><b>Знати:</b> комплекс міжнародних маркетингових комунікацій, особливості реклами, PR, стимулювання збуту у міжнародних маркетингових комунікаціях</p> <p><b>Вміти:</b> формувати систему маркетингових комунікацій, здійснювати міжнародну комунікаційну політику</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 1, ЗК2, ЗК 6, ЗК7, ЗК9, ЗК 13, ЗК 14, ПП 3, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 13, ПП 14</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 2, ПРН 9, ПРН 15</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1 -9</p> <p><b>Оцінювання за тему = 6 балів</b></p>	<p>Лекція 10 1 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 18 2 год.</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія. Аналіз рекламної кампанії зарубіжної фірми, яка здійснює міжнародний маркетинг на українському ринку. Проаналізуйте тенденції у використанні реклами та визначте її новітні напрями.</p>
	<p>Самостійна робота 3 год</p>	<p>Комплекс маркетингових комунікацій. Міжнародна комунікаційна політика. Чи впливає рівень інтернаціоналізації діяльності фармацевтичної фірми на вибір методів міжнародної маркетингової комунікації? Проаналізуйте рекламну кампанію зарубіжної фірми (на Ваш вибір), яка здійснює міжнародний маркетинг на українському ринку. Проаналізуйте тенденції у використанні реклами та визначте її новітні напрями.</p>

#### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: GoogleDocs, Googleanalytics, GoogleTrends – проведення та оцінка маркетингових досліджень; NohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize – онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних;
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран

#### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій : *навч. посіб.* для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Співаковська Т.В., Царьова Т.О.; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 71 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_173\\_19249755.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_173_19249755.pdf)
2. Міжнародна економічна діяльність України [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. спеціальності 051 «Економіка», освітньої програми «Міжнародна економіка» / Я.І. Глушенко, Н.О. Черненко; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 4,63 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. – 120 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_732\\_90974193.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_732_90974193.pdf)
3. Григор'єв Г.С. Міжнародна економіка: практикум. Київ : НаУКМА., 2024.145 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_1394\\_57782299.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_1394_57782299.pdf)
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навчально-методичний комплекс дисципліни : *навч. посіб.* Для здобувачів ступеня бакалавра за освіт. програмою «Менеджмент міжнародного бізнесу» спец. 073 Менеджмент / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: А. Р.Дунська, Г. П. Жалдак, В. Ю. Бондар. – Електрон. текст. дані. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 63 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_733\\_51532772.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_733_51532772.pdf)
5. Vynogradova O., Sovershenna, I., Yesmakhanova, A., Ihnatenko O. (2024) Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. International Science Journal of Management, Economics & Finance. 2024. Vol. 3 No. 5, P. 45–54. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240305.06>
6. Vynogradova O., Pysar N., Drokina N., Lytvynova O., Sovershenna I. Critical Evaluation of the Sustainable Development Principles Within the Fashion Business Model Components for Early-Stage Company (July 1, 2021). Technology Audit and Production Reserves, 3(4(59), 12–17, 2021. URL: <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2021.235625>, URL: <https://ssrn.com/abstract=3881722>.

7. Совершенна І. О., Остролуцький О. О. Маркетингові стратегії конкуренції: аналіз сучасних концепцій. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2020. №1. <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/1/5553>
8. Совершенна І.О., Висотченко А.О., (2022) Конкурентний бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації економіки. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 10 червня 2022 року) Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, ДУТ. Київ, 2022. с.31-36. Режим доступу: [https://dut.edu.ua/uploads/p\\_2121\\_91947940.pdf](https://dut.edu.ua/uploads/p_2121_91947940.pdf)
9. Одинокій А.Е., Совершенна І.О. (2025) Тенденції розвитку світового рекламного ринку. Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 3 січня 2025 року). Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУІКТ, Київ, 2025. С.145-148.

#### Додаткова

10. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
11. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>
12. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
13. Marketer — інтернет видання про маркетинг і технології для бізнесу, стартапів та підприємців. URL: <https://marketer.ua/>
14. Глобальна економіка : навч. посіб. / О. В. Довгаль, У. Я. Андрусів, О. В. Ткаліч, О. С. Павленко. – Івано - Франківськ: ФОП Супрун В.П., 2019. 262 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_357\\_27663830.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_357_27663830.pdf)
15. Барановська М. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. Навч. посібник рекомендовано МОН України. 2019. 302 с. <https://westudents.com.ua/knigi/284-mjnarodniy-marketing-baranovska-m.html>
16. Транснаціональні корпорації/ І.О. Давидова, К.Ю. Величко, О.І. Печенка— Харків: Видавництво «Форт», 2018. 175с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_256\\_69697245.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_256_69697245.pdf)
17. Князєва Т.В., Колбушкін Ю.П., Петровська С.В. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. К. : НАУ, 2019. 164 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_197\\_85314676.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_197_85314676.pdf)
18. Шталь Т. В. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2293/view/172>

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у **неформальній та інформальній освіті** згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» [https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf)

#### Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.

- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.

Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту:

[https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf)

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Поточна успішність складається з успішності (оцінка в балах) за роботу на практичних заняттях та активність під час лекцій. Отримані бали додаються до двох підсумкових завдань рубіжного контролю, можливе отримання додаткових балів (максимально 10 балів). Для отримання додаткових балів студент повинен надати копію друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації повинна відповідати змісту дисципліни і тільки в цьому випадку додаткові бали будуть зараховані. При пред'явленні публікації студент звільняється від виконання практичної роботи, тема якої відповідає тематиці публікації, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Участь та перемога у фахових змаганнях, олімпіадах, вебінарах тощо має бути підтверджена сертифікатом або письмовим листом від організаторів події. Робота над власним проектом, що відповідає змісту дисципліни, має бути підтверджена презентацією проекту. Максимальна кількість балів – 60 балів

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:</b>	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,25 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум - 2 бали (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 0,25 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 0,15 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,25 бали
<i>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</i>	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: екзамен</b>	Екзамен проходить у письмовій формі. Максимальна оцінка - 40 балів
Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова сесія. Підсумкова оцінка до 34 балів є підставою для обов'язкового повторного вивчення курсу. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, екзамен приймає комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами ДУІКТ	

### ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні	Відмінно / Зараховано (А)

	в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / <b>Зараховано (B)</b>
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / <b>Зараховано (C)</b>
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / <b>Зараховано (D)</b>
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / <b>Зараховано (E)</b>
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / <b>Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється</b>
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі екзамену	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / <b>Не допущений (F) В залікову книжку не представляється</b>