

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

Лектор курсу			Совершенна Ірина Олексіївна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), код курсу в Google Класі		e-mail: <a href="mailto:i.sovershenna@duikt.edu.ua">i.sovershenna@duikt.edu.ua</a> ; Код курсу: jbmater	
Галузь знань			07 Управління та адміністрування		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		7	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	8	240	36	-	36	-	168	

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню 1. Маркетинг. 2. Сучасні види маркетингу 3. Маркетингова політика. 4. Конкурентоспроможність підприємства. 5. Міжнародна економіка. 6. Стратегічний маркетинг

Освітні компоненти для яких є базовою Маркетинг, Міжнародна економіка, Стратегічний маркетинг

**Мета курсу:** надання студентам необхідних теоретичних знань з міжнародного маркетингу та практичних знань застосування міжнародного маркетингового інструментарію.

#### Компетентності відповідно до освітньої програми

##### Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)

**ЗК 9.** Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища.

##### Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)

**ПП 8.** Здатність усвідомлювати умови ефективності міжнародної сегментації, проведення міжнародних маркетингових досліджень; застосовувати методику аналізу зовнішніх ринків, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки.

**ПП 10.** Здатність до узагальнення інформації, виходу за проблемні, часові та просторові межі, здатність до абстрагування від поточного уявлення про проблему.

##### Програмні результати навчання (ПРН)

**ПРН 12.** Здатність застосовувати сучасні методи підприємницької діяльності на зовнішніх ринках; проводити міжнародні маркетингові дослідження, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки.

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1 «СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ. МІЖНАРОДНІ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ. СЕГМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ»</b>			
<b>Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу</b>			
<b>Знати:</b> специфіка та форми міжнародного маркетингу, його проблеми та суб'єкти			
<b>Вміти:</b> розрізняти форми міжнародного маркетингового середовища			
<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 9, ПП 8, ПП 10			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1,5,6-12			

<b>Заняття 1.1.</b> Сутність та форми міжнародного маркетингу. Предмет міжнародного маркетингу. Етапи інтернаціоналізації.	Лекція 1 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 1.2.</b> Специфіка міжнародного маркетингу. Спільні риси міжнародного та внутрішнього маркетингу.	Практичне заняття 1 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
<b>Заняття 1.3.</b> Проблеми міжнародного маркетингу. Суб'єкти міжнародного маркетингу.	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 1.4.</b> Маркетингова діяльність на зовнішньому ринку.	Практичне заняття 2 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище</b> <u><b>Знати:</b></u> загальну характеристику міжнародного маркетингового середовища <u><b>Вміти:</b></u> аналізувати кон'юнктуру зарубіжного ринку <u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 9, ПП 8, ПП 10 <u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 12 <u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1,2,5,6-12			
<b>Заняття 2.1.</b> Базові поняття міжнародного маркетингового середовища. Економічне середовище міжнародного маркетингу.	Лекція 3 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 2.2.</b> Аналіз кон'юнктури зарубіжного ринку. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу.	Практичне заняття 3 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних задач
<b>Заняття 2.3.</b> Політичний ризик у міжнародному маркетинговому середовищі.	Лекція 4 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 2.4.</b> Соціокультурне середовище міжнародного маркетингу. Характеристики соціокультурного середовища.	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження</b> <u><b>Знати:</b></u> особливості та стадії міжнародного маркетингового дослідження, типи міжнародних маркетингових досліджень <u><b>Вміти:</b></u> проводити міжнародне маркетингове дослідження та складати звіт про його проведення <u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 9, ПП 8, ПП 10 <u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 12 <u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1,2,5,6-12			
<b>Заняття 3.1.</b> Поняття міжнародного маркетингового дослідження. Критерії міжнародного маркетингового рішення.	Лекція 5 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 3.2.</b> Особливості міжнародного маркетингового дослідження. Стадії міжнародного маркетингового дослідження.	Практичне заняття 5 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія

<b>Заняття 3.3.</b> Звіт про проведення маркетингового дослідження. Типи міжнародних маркетингових досліджень.	Лекція 6 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 3.4.</b> Поглиблене маркетингове дослідження. Маркетингова інформаційна система.	Практичне заняття 6 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<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 9, ПП 8, ПП 10 <b>Результати навчання:</b> ПРН 12 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,5,6-12			
<b>Заняття 4.1.</b> Сегмент міжнародного ринку. Агрегування ринку. Підходи до міжнародного сегментування.	Лекція 7 2 год.		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 4.2.</b> Критерії сегментації. Сегментація зарубіжного ринку. Стратегії охоплення цільових сегментів. Позиціонування товару на зарубіжному ринку.	Практичне заняття 7 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<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 9, ПП 8, ПП 10 <b>Результати навчання:</b> ПРН 12 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,5,6-12			
<b>Заняття 5.1.</b> Міжнародна конкуренція. Види міжнародної конкуренції.	Лекція 8 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 5.2.</b> Моделі п'яти сил конкуренції.	Практичне заняття 8 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія
<b>Заняття 5.3.</b> Критерії вибору привабливих ринків.	Лекція 9 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 5.4.</b> Індекс економічної свободи. Підходи до вибору зарубіжних ринків.	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Проведення модульного контролю №1 «Середовище міжнародного маркетингу. Міжнародні маркетингові дослідження. Сегментація міжнародного ринку»
<b>Самостійна робота</b>			
<b>Тема 1.</b> Сутність та специфіка міжнародного маркетингу.	10	2 бали	Міжнародний маркетинг – це. Етапи інтернаціоналізації.
<b>Тема 2.</b> Міжнародне маркетингове середовище.	10	2 бали	Міжнародне маркетингове середовище – це. Політико – правове середовище міжнародного маркетингу.
<b>Тема 3.</b> Міжнародні маркетингові дослідження.	10	2 бали	Суть міжнародних маркетингових досліджень. Типи міжнародних маркетингових досліджень.

Тема 4. Сегментація світового ринку.	10	2 бали	Стратегії сегментації.
Тема 5. Вибір зарубіжних ринків.	10	2 бали	Етапи сегментації світового ринку.
<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 ринок, особливості прямого та непрямого експорту, критерії прямого інвестування			
<b>Вміти:</b> здійснювати стратегії виходу фірми на зовнішній ринок			
<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 9, ПП 8, ПП 10			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8			
<b>Заняття 6.1.</b> Критерії та чинники вибору стратегії виходу на зовнішній ринок. Основні стратегії виходу на зовнішній ринок.	Лекція 10 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 6.2.</b> Прямий та непрямий експорт. Спільна підприємницька діяльність.	Практичне заняття 10 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Заняття 6.3.</b> Ліцензування. Франчайзинг. Основні риси прямого інвестування.	Лекція 11 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 6.4.</b> Конкретні форми стратегій. Критерії прямого інвестування.	Практичне заняття 11 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика</b>			
<b>Знати:</b> міжнародний маркетинговий комплекс, сутність міжнародної товарної політики та фактори впливу на неї, складові елементи товару та сервісу			
<b>Вміти:</b> використовувати маркетинговий комплекс, стратегії адаптації та стандартизації на міжнародному ринку			
<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 9, ПП 8, ПП 10			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1-10			
<b>Заняття 7.1.</b> Поняття міжнародного маркетингового комплексу. Міжнародна товарна політика.	Лекція 12 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 7.2.</b> Стратегія адаптації. Стратегія стандартизації.	Практичне заняття 12 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Заняття 7.3.</b> Фактори що впливають на товарну політику. Життєвий цикл товару.	Лекція 13 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 7.4.</b> Складові елементи товару. Складові сервісу.	Практичне заняття 13 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 8. Міжнародна цінова політика</b>			
<b>Знати:</b> поняття міжнародної цінової політики, методику міжнародного ціноутворення			
<b>Вміти:</b> здійснювати міжнародну стратегію ціноутворення			

<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 9, ПП 8, ПП 10			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,5,6-12			
<b>Заняття 8.1.</b> Міжнародна цінова політика. Пряма маркетингова цінова політика.	Лекція 14 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 8.2.</b> Ціни вільного ринку. Індекс цін. Ціни закритих ринків.	Практичне заняття 14 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<b>Заняття 8.3.</b> Методика міжнародного ціноутворення. Методи непрямого ціноутворення.	Лекція 15 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 8.4.</b> Розрахунок цін. Міжнародна стратегія ціноутворення.	Практичне заняття 15 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 9. Міжнародні канали розподілу</b>			
<b>Знати:</b> особливості системи збуту, канали розподілу на міжнародному ринку, критерії вибору каналів збуту			
<b>Вміти:</b> вибирати учасників каналів розподілу, здійснювати збутову політику підприємства			
<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 9, ПП 8, ПП 10			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2, 4,5,6-12			
<b>Заняття 9.1.</b> Збутова політика підприємства. Система збуту. Основна мета збуту.	Лекція 16 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 9.2.</b> Канали розподілу. Критерії вибору каналів збуту.	Практичне заняття 16 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<b>Заняття 9.3.</b> Методи збуту в міжнародному маркетингу. Види посередників у міжнародному маркетингу.	Лекція 17 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 9.4.</b> Вибір учасників каналів розподілу. Форми роботи виробника з посередниками.	Практичне заняття 17 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 10. Міжнародні маркетингові комунікації</b>			
<b>Знати:</b> комплекс міжнародних маркетингових комунікацій, особливості реклами, PR, стимулювання збуту у міжнародних маркетингових комунікаціях			
<b>Вміти:</b> формувати систему маркетингових комунікацій, здійснювати міжнародну комунікаційну політику			
<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 9, ПП 8, ПП 10			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,4,5,6-12			
<b>Заняття 10.1.</b> Комплекс маркетингових комунікацій. Міжнародна комунікаційна політика. Структура міжнародного комунікаційного процесу. Алгоритм формування системи маркетингових комунікацій. Реклама у міжнародних маркетингових комунікацій.	Лекція 18 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<b>Заняття 10.2.</b> Функції реклами та міжнародної PR-кампанії. Типи та інструменти PR. Стимулювання збуту і міжнародному маркетингу. Переваги і недоліки стимулювання збуту. Особистий продаж. Переваги і недоліки особистого продажу.	Практичне заняття 18 год.	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Моделі виходу на зарубіжний ринок. Міжнародний маркетинговий комплекс»
<b>Самостійна робота</b>			
<b>Тема 6.</b> Моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній ринок.	10	2 бали	Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Стратегії виходу фірми на зовнішній ринок.
<b>Тема 7.</b> Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика.	10	2 бали	Міжнародна товарна політика. Фактори що впливають на товарну політику.
<b>Тема 8.</b> Міжнародна цінова політика.	10	2 бали	Міжнародна цінова політика. Міжнародна стратегія ціноутворення.
<b>Тема 9.</b> Міжнародні канали розподілу.	10	2 бали	Канали розподілу. Критерії вибору каналів збуту.
<b>Тема 10.</b> Міжнародні маркетингові комунікації	10	2 бали	Комплекс маркетингових комунікацій. Міжнародна комунікаційна політика.
<b>МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: GoogleDocs, GoogleAnalytics, GoogleTrends – проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohlBuilder, GoogleCharts, Vizualize – онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних;</li> <li>Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран</li> </ul>			
<b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Міжнародний маркетинг: Навч. посіб./за ред.. Ю.Г. Козака. - Київ, ЦУЛ, 2014 р. - 294 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2004">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2004</a></li> <li>Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2008">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2008</a></li> <li>Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-е, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2007">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2007</a></li> <li>Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка», 2004. – 148 с.</li> <li>Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.</li> <li>Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.</li> <li>Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.</li> <li>Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.</li> <li>Мазаракі А., Чаюн Т., Мельник Т. Міжнародний маркетинг: Підручник. – К.: Київ. держ. торгово-екон. унів., 2000. – 306 с.</li> <li>Савельєв Є.В. Європейська інтеграція та маркетинг. Наукові нариси. - Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 482 с.</li> </ol>			
<b>ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Курс передбачає роботу в колективі.</li> <li>Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> <li>Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</li> <li>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li> </ul>			

- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

### НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/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 [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf?2](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2)

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Міжнародний маркетинг»

Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання екзамену, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, екзамен може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях 60 (бали напрацьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль), 40 (підсумкове оцінювання - Екзамен):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	40 балів
	• Самостійна робота	20 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Екзамен</b>	Екзамен проходить у письмовій формі.	40 балів
	<b>Додаткова оцінка</b>	<b>Оцінювання</b>
<b>Види навчальної роботи</b>		

Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:	
Тези доповіді на фаховій конференції	3 бали
Стаття у фаховому виданні	5 балів
Стаття в іноземному рецензованому виданні	10 балів
<b>Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів</b>	

<b>ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ</b>			
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка /запис в екзаменаційній відомості</b>
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано 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 в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі 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 питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
<b>82-89</b>	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі 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.	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
<b>75-81</b>	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі 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.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
<b>64-74</b>	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою 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.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
<b>60-63</b>	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі 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.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
<b>35-59</b>	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову



	Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.		<i>книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі екзамену.	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>