

## Міністерство освіти і науки України



### ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ННІ Бізнесу та інформаційних технологій  
Кафедра Менеджменту і маркетингу

#### СИЛАБУС освітнього компонента – ОК 39 Міжнародний маркетинг

Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	ОПП Маркетинг
Обсяг освітнього компонента	<b>4 кредити ECTS (120 академічних годин)</b>
Види аудиторних занять	лекції, практичні
Індивідуальні завдання	контрольна робота
Форми підсумкового (семестрового) контролю	залік

#### Викладач (Викладачі):

Сахатський М.П., д.е.н., професор, [pr.sakhatskyi@odaba.edu.ua](mailto:pr.sakhatskyi@odaba.edu.ua)

В процесі вивчення освітнього компонента у здобувачів вищої освіти сформується теоретичні знання і набуваються практичні навички у сфері міжнародного маркетингу.

**Передумови для вивчення освітнього компонента:** Освітній компонент Маркетинг вивчається після освітніх компонентів «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова політика комунікацій».

#### Програмні результати навчання:

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

#### Диференційовані програмні результати навчання:

##### знати:

- вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;

- методи, прийоми та інструменти маркетингу.

##### розуміти:

- предметну область професійної діяльності;

- планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

**вміти:**

- спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- працювати в міжнародному контексті;
- критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;
- проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

**Тематичний план**

Тема 1 Міжнародний маркетинг: загальний огляд

Тема 2 Середовище міжнародного маркетингу

Тема 3 Вибір зарубіжного цільового ринку та його сегментація

Тема 4 Стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки

**Критерії оцінювання та засоби діагностики**

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за освітнім компонентом «**Міжнародний маркетинг**» складає від 60 балів до 100 балів.

**За освітнім компонентом передбачено виконання** контрольної роботи.

Контрольна робота є підсумковою самостійною роботою з освітнього компонента «Міжнародний маркетинг» і свідчить про засвоєння студентом необхідного обсягу знань з зазначеного освітнього компонента, вміння працювати з інформаційними джерелами. Контрольна робота складається з двох частин: теоретичної та практичної.

Більш детальну інформацію наведено у методичних вказівках до вивчення освітнього компонента та виконання контрольної роботи [6].

**Інформаційне забезпечення**

**Основна література**

1. Барабанова В.В., Богатирьова Г.А., Маловічко С.В. Міжнародний маркетинг. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 71 с

2. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 448 с.

3. Шталь Т. В., Астахова І.Е. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник. 2019. 275 с.

4. Сахацький М.П., Ковтун О.В., Сахацький П.М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетинг» для студентів галузі знань – 07 «Управління та адміністрування» Одеса: ОДАБА. 2018. 80 с.

5. Міжнародний маркетинг в питаннях та відповідях: Навчальний посібник/За ред.. Ю. Козак М. Барановська С. Смичек.– К.: Центр учбової літератури, 2019. - 302 с.

6. Методичні вказівки до виконання практичних занять, самостійної роботи та індивідуального завдання з дисципліни «Міжнародний маркетинг» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» усіх форм навчання / уклад. М.В.Мірошник. Харків : НТУ «ХПІ». 2023. 28 с.

**Допоміжні джерела інформації**

7. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Монографія. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2019. 252 с.

8. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2019. 152 с.

9. Агеєв А.Я. Практикум з маркетингу. Навч. пос. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2019. 496 с.

10. <http://www.wilsonweb.com/awards> – інформація про стратегії маркетингу в Internet;
11. <http://www.emap.com/internet/hot> – список маркетингових фірм і періодичних видань з маркетингу;
12. <http://www.marketingtools.com/AmericanDemographics/MarketingTools> інформація про американські журнали з маркетингу, а також статті, огляди, посилання на сервери маркетингових фірм;
13. <http://www.nsns.com/Mix> – сервер американської асоціації маркетингу, містить посилання на маркетингові фірми;
14. <http://www.nsns.com:80/MouseTracs> – інформація про стратегії маркетингу в Internet, посилання на сервери маркетингових фірм.