

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Затверджено
на засіданні кафедри
«Менеджмент, публічне управління та HR-технології»
прот. № 1 від 18.09.2023 р.



СИЛАБУС
Міжнародні кредитно-розрахункові та
валютні операції та міжнародний маркетинг

Блок «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

2023 / 2024 навчальний рік

Команда викладачів:

Лектор: [Громова Олена Володимирівна](#) (доцент кафедри МПУНРТ)

Контакти: +38(057)730-10-46, gromovae638@gmail.com, gromova@kart.edu.ua

Години прийому та консультації: кожен понеділок з 11.00-12.00 .

В доповнення до годин роботи в аудиторії, я буду рада організувати консультації з Вами в інший взаємно зручний час. Прошу лише попередньо домовитись зі мною телефоном.

Години прийому та консультацій: кожен понеділок з 11.00-12.00

Веб сторінка курсу: <http://do.kart.edu.ua/>

Додаткові інформаційні матеріали: <http://metod.kart.edu.ua>

Необхідною умовою розвитку економіки України є значне розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств та організацій, інтеграція їх у світову економіку.

Розширення міжнародних зв'язків і інтеграції, встановлення комерційних та ділових відносин, впевнений вихід на світовий при одночасній активізації внутрішнього – обов'язкові умови заняття Україною гідного місця в світовому співтоваристві.

Товар чи послуги, які мають величезний успіх в одній країні можуть зазнати повного краху в іншій. Найбільш престижний бренд у світі може не бути популярним в одній з країн.

Мета дисципліни – дати знання сучасної концепції міжнародного маркетингу та практичні знання щодо механізмів та інструментів його використання в діяльності підприємства.

Завданням дисципліни є формування компетентності щодо форм міжнародного маркетингу та сучасних тенденцій його розвитку, методів вивчення економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища, підходів до вибору зарубіжних ринків та обґрунтування стратегій виходу на них; оволодіння методами проведення міжнародного маркетингового дослідження; формування міжнародного маркетингового комплексу та сегментації світового ринку.

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетентності студентів:

1. Ціннісно-сміслову компетентність (формування та розширення світогляду студента в області міжнародного маркетингу, здатність до розуміння актуальності застосування маркетингових інструментів при роботі у світовому бізнесовому просторі);

2. Загальнокультурну компетентність (розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області здійснення міжнародної маркетингової діяльності);

3. Навчально-пізнавальну компетентність (формування у студента зацікавленості про стан та перспективи розвитку міжнародного маркетингу, здатності до глобального та стратегічного мислення, тобто, інтегрування знань стосовно міжнародної маркетингової діяльності, отриманих з інших дисциплін ; здатність студента формувати цілі дослідження та вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях.

4. Інформаційну компетентність (розвиток вмінь студента до самостійного пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації в області застосування інструментів міжнародного маркетингу.

5. Комунікативну компетентність (розвиток у студента навичок роботи в команді шляхом реалізації групових проектів, вміння презентувати власний проект та кваліфіковано вести дискусію у досліджуваній сфері);

6. Компетентність особистісного самовдосконалення (елементи фізичного, духовного й інтелектуального саморозвитку, емоційної саморегуляції та самопідтримки; підтримка постійної жаги до самовдосконалення та самопізнання, шляхом постійного пошуку нетрадиційних підходів до розвитку міжнародного маркетингу).

Чому ви маєте обрати цей курс?

Якщо Ви цікавитесь маркетинговою діяльністю, розумієте структуру міжнародних компаній, хотіли б дізнатися про міжнародні маркетингові комунікації, механізм здійснення міжнародних маркетингових досліджень Вам потрібно саме це.

У процесі курсу ми намагаємося розвинути прагнення безперервно вдосконалювати навички прийняття управлінських рішень завдяки наданню студентам концептуальних моделей та аналітичного інструментарію, що необхідні для роботи в глобальному маркетинговому середовищі.

Від здобувачів очікується: базове розуміння світової економіки, маркетингу, менеджменту.

Команда викладачів і ваші колеги будуть готові надати будь-яку допомогу з деякими з найбільш складних аспектів курсу по електронній пошті і особисто у робочий час.

Огляд курсу

Цей курс дає студентам глибоке розуміння механізму здійснення міжнародної маркетингової діяльності та практичні рекомендації з використання інструментів маркетингу в міжнародному бізнес-середовищі.

Курс складається з восьми годин лекцій та восьми годин практичних занять. Він супроводжується текстовим матеріалом, презентаціями та груповими завданнями. Студенти матимуть можливість застосовувати отримані знання та вирішувати практичні завдання протягом обговорень в аудиторії та розробки індивідуальних проєктів. В рамках курсу передбачаються лекції за участю фахівців-практиків.

Міжнародний маркетинг / схема курсу

Поміркуй	Лекції	Виконай
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	
	Групові завдання	
	Індивідуальні консультації	
	Іспит	

Практичні заняття курсу передбачають виконання групових проєктів. Уся група буде розбита на підгрупи (від 3х до 5 осіб) за добровільним принципом, кожна з яких проаналізує маркетингову стратегію міжнародного підприємства в Україні. Результатом проєктів є письмовий звіт та презентація наприкінці курсу. Виконання завдання супроводжується зануренням у суміжні дисципліни, що доповнюють теми, та формує у студента інформаційну та комунікативну компетентності.

Особлива увага приділяється активності студентів під час обговорення завдань. Обговорення в аудиторії надає додаткову можливість розвинути навички усного ділового спілкування, зокрема подання і аргументації власної точки зору і активного слухання.

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу)

Додатковий матеріал та посилання на електронні ресурси доступні на сайті Університету у розділі «дистанційне навчання» поряд із питаннями, над якими необхідно поміркувати під час підготовки для обговорення в аудиторії. Необхідна підготовка повинна бути завершена до початку наступної лекції. Ви повинні бути готовими до дискусій та мозкових штурмів – ми хочемо знати, що ви думаєте!

Теми курсу

Список основних лекцій курсу наведений нижче. Пильнуйте за змінами у розкладі.

Тиж-день	Кільк. годин	Тема лекції	Кільк. годин	Тема практичних занять
	2	Лекц.№1. Маркетингові тенденції глобального бізнесу.	2	ПР-1 Аналіз маркетингової діяльності українських підприємств, що діють в міжнародній сфері
	2	Лекц.№2. Механізм вибору зарубіжного цільового ринку. Позиціонування на міжнародному ринку.	2	ПР-2 Практичні аспекти та аналіз особливостей проведення міжнародних маркетингових досліджень.
	2	Лекц.№3. Брендінг у міжнародній товарній політиці.	2	ПР-3 Вивчення методів міжнародної маркетингової комунікації
	2	Лекц.№4. Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності. Особливості реалізації принципів міжнародного маркетингу в Україні.	2	ПР-4 Особливості управління міжнародним маркетингом
Іспит с дисципліни				

Завдання на самостійну роботу:

Студентам пропонується обрати один з 10 варіантів проблемних ситуацій у системі міжнародного маркетингу для створення власного проекту впродовж курсу .

Правила оцінювання

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до національної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	<u>Відмінно</u> – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	<u>Дуже добре</u> – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	<u>Добре</u> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	<u>Задовільно</u> - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	<u>Достатньо</u> – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	<u>Незадовільно</u> – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX

	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F
--	---	-----	---

Компоненти курсу

Знання з міжнародного маркетингу неможливо оцінити одним лише тестом, адже навчальний матеріал засвоюється краще якщо він застосовується практично: в обговореннях, індивідуальних і командних завданнях. Зважаючи на це, оцінка за курс складатиметься з наступних компонентів:

- кінцевий іспит – 40 балів,
- груповий проект – 20 балів,
- індивідуальний проект – 20 балів,
- індивідуальний виступ – 5 балів,
- участь в обговоренні – 15 балів.

Кінцевий іспит

Складатиметься з питань, що описуватимуть конкретні економічні та бізнесові події в контексті міжнародного маркетингу.

Критеріями оцінки за кінцевий іспит будуть: якість аналізування події; вміння застосовувати концепції і поняття, що обговорювалися на заняттях; здатність аргументувати свою позицію; чіткість і структурованість викладу думок.

Приклади питань будуть роздані на початку курсу.

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням:

<http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua>

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, уміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залученості до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: <http://do.kart.edu.ua/>