

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Заступник ректора ХНАДУ

професор \_\_\_\_\_ Гладкий І.П.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2014 року

**ПРОГРАМА**

навчальної дисципліни	<b>«Міжнародний маркетинг»</b>
підготовки	<b>бакалавра</b>
галузі знань	<b>0305 «Економіка та підприємництво»</b>
напряму	<b>6.030503 «Міжнародна економіка»</b> (шифр за ОПП _____)

**РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:** Харківським національним автомобільно-дорожнім університетом.

**РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:** доцент кафедри Міжнародної економіки  
кандидат економічних наук, доцент  
Пономарьова Наталія Миколаївна.

**«Узгоджено»**

Завідувач кафедри Міжнародної економіки

доктор економічних наук, професор \_\_\_\_\_ Бабич Д.В.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ року

Обговорено та рекомендовано до затвердження на засіданні кафедри Міжнародної економіки «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ року, протокол № \_\_\_\_\_.

Завідувач кафедри Міжнародної економіки

доктор економічних наук, професор \_\_\_\_\_ Бабич Д.В.

Обговорено та рекомендовано до затвердження методичною радою факультету управління та бізнесу «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ року, протокол № \_\_\_\_\_.

Голова ради: доктор економічних наук, професор \_\_\_\_\_ Дмитрієв І.А.

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «**Міжнародний маркетинг**» розроблена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки **бакалавра** у галузі знань **0305 «Економіка та підприємництво»** за напрямом підготовки **6.030503 «Міжнародна економіка»** затвердженої МОН України від 02.02.2010 року.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є отримання базових знань науково-методичних основ і стандартів в області відносини суб'єктів світового ринку, які виникають в процесі міжнародної маркетингової діяльності.

**Міждисциплінарні зв'язки:** дисципліна вивчається після вивчення дисциплін «**Міжнародний маркетинг**» передуює вивченню дисциплін «**Міжнародні фінанси**», «**Міжнародна економіка**», «**Міжнародна економічна діяльність**» тощо.

**Програма навчальної дисципліни** складається із трьох змістових модулів:

1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу
2. Методичні основи міжнародного маркетингу
3. Міжнародні маркетингові комунікації.

### 1. Мета та завдання навчальної дисципліни

**1.1 Метою** викладання навчальної дисципліни «**Міжнародний маркетинг**» є формування у студентів сукупності знань та навичок щодо формування у майбутніх економістів системи теоретичних знань та практичних навичок у галузі міжнародної маркетингової діяльності.

**1.2 Основними завданнями** вивчення дисципліни «**Міжнародний маркетинг**» є:

- ознайомлення з сутністю та характерними особливостями форм міжнародного маркетингу;
- вивчення методів дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища маркетингової діяльності;
- ознайомлення з методичними засадами процесу сегментації світового ринку та вибору цільових ринків;
- вивчення методів застосування маркетингової інформації для оцінки та творчого аналізу стану і перспектив розвитку підприємства й роботи на основі такого аналізу відповідні висновки;
- вивчення способів застосування методичних засади проведення міжнародних маркетингових досліджень;
- вивчення процесу обґрунтування моделей виходу підприємств на закордонні ринки та формувати ефективний маркетинговий комплекс;
- Освоєння застосування інструментарію маркетингового аналізу та застосування теоретичних знань при вирішенні практичних завдань;

**1.3 Згідно з вимогами** освітньо-професійної програми студенти повинні:

**знати** (згідно вимог ОПП за напрямом та рівнем підготовки):

- сутність та характерні особливості форм міжнародного маркетингу;
- методи дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища маркетингової діяльності;
- методичні засади процесу сегментації світового ринку та вибору цільових ринків.

**вміти** (згідно вимог ОКХ за напрямом та рівнем підготовки):

- застосовувати маркетингову інформацію для оцінки та творчого аналізу стану і перспектив розвитку підприємства й робити на основі такого аналізу відповідні висновки;
- застосовувати методичні засади проведення міжнародних маркетингових досліджень;
- проводити обґрунтування моделей виходу підприємств на закордонні ринки та формувати ефективний маркетинговий комплекс;

використовувати інструментарій маркетингового аналізу та застосовувати теоретичні знання при вирішенні практичних завдань. На вивчення навчальної дисципліни відводиться 180 години 5 кредитів ЄКТС.

## **2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу**

Тема 1. Основи міжнародного маркетингу

Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище та його особливості

Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження

### **Змістовий модуль 2. Методичні основи міжнародного маркетингу**

Тема 4. Сегментування зовнішніх ринків

Тема 5. Вибір ринку та стратегії виходу на зовнішній ринок

Тема 6. Вибір цільових ринків.

### **Змістовий модуль 3. Міжнародні маркетингові комунікації**

Тема 7. Міжнародні маркетингові комунікації.

Тема 8. Формування торгової марки (бренду).

Тема 9. Глобальний маркетинг

## **3. Рекомендована література**

1. Азарян, Е. М. Международный маркетинг [Текст] : учебное пособие / Е. М. Азарян. – 3-е изд. – Харьков : Студцентр, 2003. – 202 с. – ISBN 966-7530-25-6.
2. Азарян, Е. М. Международный маркетинг [Текст] : учебно-практическое пособие / Е. М. Азарян. – К. : МО Украины : Студцентр, 1998. – 200 с.
3. Алексунин, В. А. Международный маркетинг [Текст] : учебное пособие / В. А. Алексунин. – М. : Дашков и К, 2000. – 160 с. – ISBN 5-8316-0013-0.

4. Бландел, Р. Эффективные бизнес-коммуникации [Текст] / Р. Бландел. – СПб. : Питер, 2000. – 384 с.
5. Борисенко, З. Міжнародна конкурентна політика в умовах глобалізації світової економіки [Текст] / З. Борисенко // Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 88.
6. Бутенко, Н. В. Основи маркетингу [Електронний ресурс] / Н. В. Бутенко. – Режим доступу : <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3>.
7. Гейтс, Б. Бизнес со скоростью мысли [Текст] / Б. Гейтс. – 2-е изд., исправл. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 480 с.
8. Герасимчук, В. Г. Маркетинг: теорія і практика [Текст] : навч. посібник / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища шк., 1995. – 327 с.
9. Герасимчук, З. В. Екологічні вектори економічної глобалізації [Текст] / З. В. Герасимчук, В. А. Голян // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4. – С. 193–199.
10. Гэлбрейт, Д. К. Кризис глобализации [Текст] / Д. К. Гэлбрейт // Проблемы теории и практика управления. – 1999. – № 6. – С. 32–37.
11. Эванс, Дж. Маркетинг [Текст] / Дж. Эванс, Б. Бермам ; сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 2002. – 350 с.
12. Жаліло, Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації [Текст] / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базелюк, Я. В. Белінська та ін. ; за ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2005. – 259 с.
13. Каніщенко, О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації [Текст] : навчальний посібник / О. Л. Каніщенко ; Мін-во освіти і науки України. Нац. технічний ун-т України “КПІ”. – Вид. 2-ге, перероб. – К. : Політехніка, 2004. – 152 с.
14. Международный маркетинг [Текст] : учебное пособие / ред.: Г. А. Васильев, Л. А. Ибрагимов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 199 с. – ISBN 5-238- 00104-5.
15. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг [Текст] : учебное пособие / Н. К. Моисеева. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. – 320 с. – (Библиотека хозяйственного руководителя).
16. Новицкий, В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг [Текст] / В. Е. Новицкий. – К. : Либра, 1994. – 190 с.
17. Новошинська, Л. В. Міжнародний маркетинг [Текст] : навчальний посібник / Л. В. Новошинська ; Мін-во освіти і науки України, Одеський держ. економ. ун-т. – К. : ЦНЛ, 2004. – 176 с. – ISBN 966-8365-39-9.
18. Циганкова, Т. М. Міжнародний маркетинг [Текст] : навчально-методичний посібник для самост. вивч. дисц. / Т. М. Циганкова ; Мін-во освіти України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2005. – 236 с.
19. Циганкова, Т. М. Міжнародний маркетинг [Текст] : навчальний посібник / Т. М. Циганкова ; Мін-во освіти України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 1998. – 120 с.
20. Черенков, В. Международный маркетинг [Текст] : учебное пособие / В. Черенков ; СПб. ИВЭСЭП. – СПб. : Знание, 1998. – 400 с. – ISBN 5-7420-0489-0.
21. Черномаз, П. О. Міжнародний маркетинг [Текст] : навчальний посібник / П. О. Черномаз. – К. : Академвидав, 2010. – 272 с.

**4. Формою підсумкового контролю успішності навчання з дисципліни є інтегрований іспит.**

Згідно наказу МОН України від 30.12.05 р. № 774 підсумкова оцінка знань з навчальної дисципліни може визначатися як середньозважена результатів засвоєння окремих залікових модулів за згодою студента.

***Відповідність підсумкових семестрових рейтингових оцінок у балах оцінкам за національною шкалою та шкалою ECTS***

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Критерії
90-100	Відмінно	A	<b>«Відмінно»</b> - теоретичний зміст курсу освоєний <b>цілком</b> , без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, <b>усі</b> передбачені програмою навчання навчальні завдання <b>виконані</b> , якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до <b>максимального</b> .
82 – 89	Добре	B	<b>«Дуже добре»</b> - теоретичний зміст курсу освоєний <b>цілком</b> , без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в <b>основному</b> сформовані, <b>усі</b> передбачені програмою навчання навчальні завдання <b>виконані</b> , якість виконання <b>більшості</b> з них оцінено числом балів, близьким до <b>максимального</b> .
75 – 81		C	<b>«Добре»</b> - теоретичний зміст курсу освоєний <b>цілком</b> , без прогалин, <b>деякі</b> практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані <b>недостатньо</b> , <b>усі</b> передбачені програмою навчання навчальні завдання <b>виконані</b> , якість виконання <b>жодного</b> з них <b>не оцінено мінімальним</b> числом балів, деякі види завдань виконані з <b>помилкам</b>
67 – 74	Задовільно	D	<b>«Задовільно»</b> - теоретичний зміст курсу освоєний <b>частково</b> , але <b>прогалини не носять істотного</b> характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в <b>основному</b> сформовані, <b>більшість</b> передбачених програмою навчання навчальних завдань <b>виконано</b> , <b>деякі</b> з виконаних завдань, можливо, містять <b>помилки</b> .
60 – 66		E	<b>«Достатньо»</b> - теоретичний зміст курсу освоєний <b>частково</b> , <b>деякі</b> практичні навички роботи <b>не сформовані</b> , <b>багато</b> передбачені програмою навчання навчальні завдання <b>не виконані</b> , або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до <b>мінімального</b> .
35 – 59	Незадовільно	FX	<b>«Незадовільно»</b> - теоретичний зміст курсу освоєний <b>частково</b> , необхідні практичні навички роботи <b>не сформовані</b> , <b>більшість</b> передбачених програм навчання навчальних завдань <b>не виконано</b> , або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до <b>мінімального</b> ; при <b>додатковій самостійній</b> роботі над матеріалом курсу <b>можливе підвищення якості</b> виконання навчальних завдань <b>(з можливістю повторного складання)</b>
1 – 34		F	<b>«Неприйнятно»</b> - теоретичний зміст курсу <b>не освоєно</b> , необхідні практичні навички роботи <b>не сформовані</b> , <b>усі виконані</b> навчальні завдання містять <b>грубі помилки</b> , <b>додаткова самостійна</b> робота над матеріалом курсу <b>не приведе</b> до якого-небудь значимого <b>підвищення якості</b> виконання навчальних завдань. <b>(з обов'язковим повторним курсом)</b>

**5. Засоби діагностики успішності навчання**

Засобами діагностики з дисципліни є поточний (модульний) і підсумковий тестовий контроль та виконання контрольних робіт.

Розробник програми:

доцент кафедри Міжнародної економіки  
к.е.н. доцент \_\_\_\_\_ Пономарьова Н.М.,