МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В. СТЕФАНИКА

Інститут післядипломної освіти та
довузівської підготовки

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»
Спеціальність 073 Менеджмент
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

кафедра **управління та бізнес-адміністрування**

Івано-Франківськ – 2022 рік

Робоча програма International Marketing Management для студентів спеціальності 073 Менеджмент (освітня програма "Бізнес-адміністрування ") – 12 с.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри управління та бізнес-адміністрування

Протокол від 30 серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри управління
та бізнес-адміністрування _____ П’ятничук І. Д.
(підпис)

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів – 3</td><td>Галузь знань
07 «Управління та адміністрування»</td><td colspan="2" rowspan="2">вибіркова</td></tr>
<tr><td>Спеціальність
073 «Менеджмент»</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Змістових модулів – 1</td><td rowspan="5">Освітня програма
Бізнес-адміністрування</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td>Індивідуальне науково-дослідне завдання: виконується в межах самостійної роботи</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин – 90</td><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 3
самостійної роботи студента – 4</td><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Освітній рівень:
магістр</td><td>16 год.</td><td>6 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні заняття</td></tr>
<tr><td>14 год.</td><td>4 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні заняття</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>60 год.</td><td>80 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:
залік</td></tr>
</table>

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 33 %

для заочної форми навчання – 12 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – розширити і поглибити знання студентів про основні поняття, явища та процеси у сфері міжнародного маркетингу англійською мовою, огляд основ маркетингу (продукту, просування, розміщення та ціни).

Завдання вивчення навчальної дисципліни.

- Отримати знання про ринки та їх класифікацію, вміти обговорювати це англійською мовою;
- Отримати знання про маркетинговий процес та поведінку покупця;
- Оцінити важливість маркетингових досліджень, сегментації ринку та маркетингового міксу у розробці маркетингової стратегії;
- Ознайомитись з різними методами стимулювання збуту, такі як реклама та заохочення, що застосовуються маркетологами для залучення клієнтів;
- Познайомтесь із поняттям підприємець та дізнайтеся про типи підприємців; вміти обговорювати це англійською мовою;
- Вдосконалити набуті на попередньому етапі навчання компетенцій (розуміння основ функціонування організації, формування системи мотивації персоналу, планування цілей діяльності організації, проведення рекламних компаній, презентацій та ін).

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен освоїти **компетентності:**

ІК. Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);

ФК3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту;

ФК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;

ФК6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми;

ФК8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.

ФК12. Здатність реагувати на виклики зовнішнього бізнес-середовища в умовах сталого розвитку та євроінтеграції з урахуванням регіональних особливостей.

Програмні результати навчання:

ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті;

ПРН 9. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами;

ПРН 14. Використовувати сучасні національні та закордонні практики управління та адміністрування у сфері бізнесу.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. International Marketing – An Overview
Introduction,
Definition of Market,
Types of Markets,
Meaning and Definition of International Marketing.

Тема 2. Marketing Concepts
Production concept,
Product concept,
Sales/selling concept,
Modern marketing concept,
Societal marketing concept,
Impact of marketing concepts and its applicability.
Marketing functions

Тема 3. Customer needs, wants and demands
Marketing mix, a brief introduction, 4Ps, 7Ps.
Importance of marketing mix in marketing decisions

Тема 4: Consumer Behaviour
Introduction, Important definitions,
Evolution of the study of consumer behavior,
Determinants of consumer behavior,
Types of buying decisions,
Stages of the buying process,
Importance of consumer behaviour study

Тема 5. Marketing Planning and Strategies Introduction,
Management Processes in Marketing,
Types of Marketing Plan,
Competitive Marketing Strategies, Competitive Advantage: The Importance of Strategic Marketing.
What is SWOT: Situation Analysis in Marketing

Тема 6. Product Related Decisions
Introduction, Features of a Product and its Classifications,
Product Plan and New Product Development,
Product Mix and its Elements,
Decisions related to Product Mix, Product Life Cycle

Тема 7. Introduction to Branding

Introduction,
Definition of a Brand,
Development of a Brand,
Types of Brands,
Importance of Brands and Branding,
Brand Equity – Definition and Benefits

Тема 8: Digital Marketing
Introduction,
E-commerce,
E-marketing,
E-Retailing,
Relationship marketing,
Mobile marketing,
Green marketing
Online marketing,
Developing an integrated promotion mix

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Денна форма навчання						Заочна форма навчання					
	Кількість годин, у тому числі						Кількість годин, у тому числі					
	усього	л.	п.	лаб.	інд.	с.р.	усього	л.	п.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Marketing Concepts												
Тема 1. International Marketing – An Overview	12	2	2	-	-	8	12	1	1	-	-	10
Тема 2. Marketing Concepts	12	2	2	-	-	8	12	1	1	-	-	10
Тема 3. Customer needs, wants and demands	12	2	2	-	-	8	12	1	1	-	-	10
Тема 4: Consumer Behaviour	12	2	2	-	-	8	12	1	1	-	-	10
Тема 5. Marketing Planning and Strategies	12	2	2	-	-	8	12	1	-	-	-	11

Тема 6. Product Related Decisions	12	2	2	-	-	8	12	1	-	-	-	11
Тема 7. Introduction to Branding	12	2	2	-	-	8	12	-	-	-	-	12
Тема 8: Digital Marketing	6	2	-	-	-	4	6	-	-	-	-	6
Усього годин	90	16	14	-	-	60	90	6	4	-	-	80

5(6).Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Marketing – An Overview	2
2.	Тема 2. Marketing Concepts	2
3.	Тема 3. Customer needs, wants and demands	2
4.	Тема 4: Consumer Behaviour	2
5.	Тема 5. Marketing Planning and Strategies	2
6.	Тема 6. Product Related Decisions	2
7.	Тема 7. Introduction to Branding	2
8.	Тема 8: Digital Marketing	-
	Разом	**14**

7. Теми лабораторних занять

Відповідно до робочої програми з дисципліни «International Marketing Management» лабораторні заняття не заплановані.

8. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «International Marketing Management» складається з різних її видів:

1) підготовка до аудиторних занять (практичних занять);

2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Marketing – An Overview	8
2.	Тема 2. Marketing Concepts	8
3.	Тема 3. Customer needs, wants and demands	8
4.	Тема 4: Consumer Behaviour	8
5.	Тема 5. Marketing Planning and Strategies	8
6.	Тема 6. Product Related Decisions	8
7.	Тема 7. Introduction to Branding	8

8.	Тема 8: Digital Marketing	4
	Разом	**60**

9. Індивідуальні завдання

Вивчення дисципліни «International Marketing Management» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту: «Analysis of the 4Ps or the 7Ps of any international company». Необхідно проаналізувати та оцінити маркетинговий мікс (4Ps чи 7Ps) будь-якої компанії.

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої доповіді та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

10. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «International Marketing Management» використовуються наступні методи навчання.

Методи навчання	Характеристика
Наочні методи навчання	Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).
Інтерактивні методи навчання	Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод.
Практичні методи навчання	Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.
Інноваційні методи навчання	Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмінь та якостей здобувачів освіти), проєктно-дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інтрументів. Програми і

	сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly.
Методи дистанційного навчання	Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.

11. Система оцінювання дисципліни

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях відбувається згідно навчального розкладу за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях складає 56 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

№ теми / Вид навчальної роботи	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**Разом**
Практичне заняття (опрацювання завдання)	7	7	7	7	7	7	7	7	56
Самостійна робота (тестування з теми)	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Самостійна робота (індивідуальний проєкт)									20
Максимальна к-ть балів									**100**

Критерії поточного оцінювання:

«*90-100 балів*» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним

матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/

Контроль за самостійну роботу.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі

дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 24 бали.

Підготовка індивідуального проєкту.

Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100 бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 20 балів. Сума балів за індивідуальний проєкт розраховується за наступною формулою:

$$y = \frac{x \times 20}{100},$$

де x – кількість балів, яку отримав здобувач вищої освіти (за 100-бальною шкалою),

Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

Критерії оцінювання індивідуального проєкту:

«*90-100 балів*» – індивідуальний проєкт виконано на високому рівні, вирішено усі поставлені завдання. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив повне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«70-89 балів» – індивідуальний проєкт містить деякі незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив достатнє володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«50-69 балів» – індивідуальний проєкт містить незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно, проте сам проєкт не містить всебічного аналізу, а поставлені питання вирішені не повністю. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив загальне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«Менше 50 балів» – індивідуальний проєкт не відповідає поставленим завданням, допущені суттєві помилки та неточності.

Підсумковий семестровий контроль являє собою підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що з даної дисципліни здійснюється у формі заліку.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань

Повторне складання допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання + усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів.

Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється

повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

Здобувачі вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії більше трьох підсумкових незадовільних оцінок (F, FX) незалежно від виду контролю (екзамен, залік), відраховуються з університету за академічну неуспішність. Здобувачам вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії одну-три незадовільні оцінки (F, FX), дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у встановлені графіком навчального процесу терміни. Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, відраховують з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на повторне вивчення навчальної дисципліни, яке регламентується Положенням про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS.

Шкала оцінювання для заліку

університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	**A**	зараховано
80-89	**B**	
70-79	**C**	
60-69	**D**	
50-59	**E**	
25-49	**FX**	не зараховано
0-24	**F**	

12. Рекомендована література

1. Сайт дистанційного навчання. URL : https://test-d-learn.pnu.edu.ua/
2. Philip Kotler, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, Prentice-Hall, 1997
3. Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, Prentice-Hall, 2014
4. Birn, R. J. (ed.) (2002): The Handbook of International Market Research Techniques, 2nd Edition, Kogan Page.
5. Punnett, B.J. and Shenkar, O. (2007): Handbook for International Management Research, 2nd Edition, the University of Michigan Press.
6. Schmidt, M. J. and Hollensen, S. (2006): Marketing Research: An International Approach, Prentice Hall.
7. T.K.Kinnear, K.L.Bernhardt and K.A.Krentler, Principles of Marketing, Harper Collins, 2015
8. Joseph P.Guiltinan and Gordan W.Paul, Marketing Management, McGraw-Hill, 1996
9. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English. Edinburgh , 2000. – 176 p.
10. Hartman G. Making the deal: quick tips for successful negotiating – New York: John Wiley Inc. 2012