



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D3 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма	«Міжнародний менеджмент»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Назва кафедри	Кафедра менеджменту та маркетингу
Тип дисципліни	Вибіркова
Семестр	3
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Плахотнікова Лариса Олександрівна , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: LOPlahotnikova@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	Денна форма навчання					
	4	120	20	22	78	Залік
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Залік

Опис дисципліни	Навчальна дисципліна: «Міжнародний маркетинг» є вибіркоким компонентом навчального плану. Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти сформувати індивідуальну освітню траєкторію. Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок щодо дослідження міжнародного маркетингового середовища, вибору закордонних ринків, розроблення міжнародних маркетингових стратегій та комплексу маркетингу з урахуванням особливостей міжнародного бізнес-середовища для обґрунтування управлінських рішень щодо виходу й діяльності підприємств на міжнародних ринках. Завдання вивчення навчальної дисципліни: засвоєння теоретичних засад міжнародного маркетингу; вивчення методів дослідження міжнародного маркетингового середовища, сегментації та позиціонування на закордонних ринках; формування навичок вибору цільових ринків і стратегій виходу на них; набуття вмінь розробляти міжнародну товарну, цінову, збутову та
------------------------	---

	комунікаційну політику, оцінювати маркетингові можливості й обґрунтовувати управлінські рішення у сфері міжнародного маркетингу. Формат проведення дисципліни: лекції, практичні(семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.
Професійні компетентності	Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.
Програмні результати навчання	Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.
Програма навчальної дисципліни	Змістовий модуль 1. Міжнародний маркетинг у системі економічних відносин міжнародного підприємництва Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу. Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект, соціально-культурне та політико-правове середовище. Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження. Тема 4. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу. Тема 5. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Змістовий модуль 2. Комплекс міжнародного маркетингу та управління маркетинговими можливостями на зовнішніх ринках. Тема 6. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика Тема 7. Міжнародна цінова політика Тема 8. Міжнародні канали розподілу Тема 9. Міжнародні маркетингові комунікації Тема 10. Управління міжнародною маркетинговою діяльністю
Методи навчання	Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: інформаційно-ілюстративний, наочний з використанням мультимедійних засобів, пояснення, обговорення, диспутів, лекцій-конференцій. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, підготовка презентацій, письмове виконання практичних завдань, тестування, методи брейнстормінг (мозкового штурму), дослідницькі методи.
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери. Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання
Політики навчальної дисципліни	Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: <i>Положенням про академічну доброчесність</i>

	Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 26 червня 2026 р., протокол № 15. Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОА та Положення про академічну доброчесність НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.4.17.2 Положення про академічну доброчесність НАСОА. Політика щодо відвідування занять. Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. Політика щодо перескладання. Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії. Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8.
--	--

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Hollensen S., Bogdanovic A. Global Marketing. 9th ed. Pearson, 2025. ISBN: 9781292440811. URL: <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/global-marketing/P200000009996/9781292440811>.
2. Kotler P., Armstrong G., Balasubramanian S. Principles of Marketing. 19th ed. Global Edition. Pearson, 2023. URL: <https://eu.pearson.com/products/9781292449388>.
3. Плахотнікова Л. О. Аналіз ринку – інтегральний інструмент міжнародного маркетингу: теоретико-методологічні засади та практичне значення. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2025. № 3–4. DOI: <https://doi.org/10.31767/nasoa.3-4-2025.15>.
4. Калінкін А. В. Теоретичні основи стратегічного інструментарію міжнародного маркетингу в умовах глобальної конкуренції. Modern Economics. 2025. № 53. С. 130–136. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V53\(2025\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V53(2025)-18).
5. Юрченко Н. Особливості маркетингових комунікаційних стратегій на міжнародних ринках. Економіка та суспільство. 2025. № 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-176>.
6. Хаджинов І. В. Міжнародний маркетинг: стратегічні імперативи розвитку. Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій. 2025. № 1 (15). С. 37–47. DOI: <https://doi.org/10.32750/2025-0104>.
7. Благодир Л. М., Філатова Л. С. Культурні виміри середовища міжнародних економічних відносин як фактор успішної локалізації маркетингових практик компаній на іноземних ринках. Економіка та суспільство. 2024. № 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-157>.
8. Євтушок О., Бахчиванжи Л., Донець Л. Інтеграція маркетингових стратегій та бізнес-аналітики у забезпеченні виходу на міжнародні ринки: комунікаційний аспект. Економіка та суспільство. 2024. № 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-67>.
9. Левків Г., Мельник Н., Куп'як Н. Маркетинг менеджмент для агропромислових підприємств в контексті виходу на міжнародні ринки: загрози нового часу. Економіка та суспільство. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-15>.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	вирішення ситуаційних завдань з написанням обґрунтованих діагностичних висновків та розв'язання практичних, розрахунково-аналітичних задач;	Від 1 до 5 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 10 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 10 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

Заочна форма навчання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	розв'язання практичного / ситуаційного завдання, написання обґрунтованих аналітичних висновків	Максимальна оцінка – 10 балів
	Контрольна робота за змістовим модулем № 1	Максимальна оцінка – 30 балів
	Контрольна робота за змістовим модулем № 2	Максимальна оцінка – 30 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
<i>Зараховано</i>	90-100	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно

			включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає 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
	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
<i>Незараховано</i>	35-59	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Протокол № 1 від 28 серпня 2026 р.