



(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО
Декан ФЕБА


«23» 06 С.Ф. Смерічевський
2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи

«25» 06 А. Полухін
2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»


Освітньо-професійна програма: «Міжнародний маркетинг»
Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	1	135 / 4,5	34	17	–	84	-	КР -1 с.	Екзамен – 1 с
Заочна	1	135 / 4,5	10	6	–	119	1 К.р – 1с	КР -1 с.	Екзамен – 1 с

Індекс: РМ-6-075-2/21 – 2.1.6

Індекс: РМ-6-075-2з/21 – 2.1.6

СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		Стор. 2 із 15	

Робочу програму навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів № НМ-6-075-2/21, №РМ-6-075-2/21 та № РМ-6-075-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив:
професор кафедри маркетингу  Смерічевський С.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 7 від «13» 03 2021 р.


Гарант освітньо-професійної програми  Шевченко А.В.

Т.в.о. завідувача кафедри  Радченко Г.А.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 7 від «15» 06 2021 р.


Голова НМРР  Тофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Контрольний примірник

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 3 із 14	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	9
2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).....	9
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	10
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	10
3.1. Методи навчання	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	10
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	10
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь..	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 4 із 14	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують у фахівця з міжнародного маркетингу знання у методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг, формування уявлення про можливість використання результатів маркетингових досліджень ринку для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.


Метою вивчення дисципліни є набуття знань та навичок з теоретико-методологічних, методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг, формування уявлення про можливість використання результатів досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- розкриття можливостей використання досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності на міжнародному ринку;
- висвітлення особливостей здійснення досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг залежно від їх цілей та напрямів;
- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг;
- навчання використання результатів маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.


- Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу (ПРН1).
- Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності (ПРН3).

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 5 із 14	

- Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами (ПРН5).
- Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень (ПРН9).
- Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення (ПРН15).
- Вміти розробляти проекти маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (ПРН19).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог (ІК).
- Здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК1).
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК2).
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації (ЗК4).
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК6).
- Здатність розробляти проекти та управляти ними (ЗК8).
- Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування (ФК2).
- Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу (ФК3).
- Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування (ФК5).
- Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків (ФК7).
- Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування (ФК8).
- Здатність застосовувати методи та прийоми прийняття управлінських рішень в маркетингу та навичок їх використання, приймати рішення щодо управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках в умовах невизначеності та ризикованості (ФК10).
- Здатність до розуміння глобального конкурентного середовища і ринкових інновацій та розробки проектів маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (ФК12).

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 6 із 14	

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна має міждисциплінарні зв'язки з дисциплінами «Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку», «Стратегічний маркетинг», «Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках» та дозволяє здобувачам вищої освіти набути необхідних освітніх компетенцій та практичних навичок, що є базою для проходження професійно-маркетингової практики, переддипломної практики, складання кваліфікаційного екзамену та написання кваліфікаційної роботи.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля № 1 «Теоретико-методологічні засади та особливості дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг», який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.


Окремим *другим* модулем (освітнім компонентом) є курсова робота (КР), яка виконується у п'ятому семестрі. КР є важливою складовою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля Модуль № 1 «Теоретико-методологічні засади та особливості дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:

- визначення предмету, його структуру, базові економічні поняття;
- основні цілі дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг ;
- місце дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг в структурі управління фірмою та маркетингом;
- закономірності дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг;
- методи дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг;
- можливості та напрямки реального росту фірми на основі дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг;
- сукупність та особливості дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг;
- сутність та види зарубіжних ринків товарів і послуг;

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 7 із 14	

- методологічні основи та методи дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг;
- інформаційного забезпечення досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг;
- дослідження місткості зарубіжних ринків товарів і послуг та їх кон'юнктури;
- дослідження конкурентів, аналізу стійкості та розвитку зарубіжних ринків товарів і послуг.

вміти:

- аналізувати стан та динаміку зарубіжних ринків товарів і послуг;
- визначати сегменти зарубіжних ринків товарів і послуг;
- приймати рішення на основі отриманих результатів дослідження ринку;
- прогнозувати негативні та позитивні наслідки впливу різноманітних факторів на діяльність зарубіжних ринків товарів і послуг;
- визначати цільовий сегмент зарубіжних ринках товарів і послуг;
- вибирати найбільш ефективні напрямки росту фірми на зарубіжних ринках товарів і послуг;
- здійснювати дослідження впливу попиту на авіаперевезення на зарубіжні ринки;
- досліджувати місткість зарубіжного ринку та його сегментів;
- аналізувати та досліджувати кон'юнктуру зарубіжних ринків;
- розробляти маркетингові конкурентні стратегії на зарубіжних ринків товарів і послуг.

Тема 1. Сутність, ознаки та види зарібужних ринків


Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття зарубіжного ринку. Структура, функції та види ринків. Підходи до вивчення ринків

Тема 2. Сутність, поняття та завдання дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»

Сутнісно-змістовна основа дослідження ринку. Історичний аспект виникнення та розвитку «дослідження ринку». Мета, завдання, структура та класифікація досліджень ринку. Основні методи та принципи організації дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг.

Тема 3. Інформаційні аспекти дослідження зарубіжного ринку товарів і послуг

Сутність, види та принципи ринкової інформації. Носії та джерела ринкової інформації. Методи збору ринкової інформації (первинної та вторинної)

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 8 із 14	

Тема 4. Дослідження місткості зарубіжних ринків товарів і послуг та їх сегментів.

Сутність та поняття місткості зарубіжного ринку товарів і послуг. Види місткості зарубіжного ринку. Методи визначення місткості зарубіжного ринку. Сегментація зарубіжного ринку товарів і послуг. Дослідження попиту та пропозиції як важливого елемента вивчення місткості зарубіжного ринку товарів і послуг.

Тема 5. Дослідження кон'юнктури зарубіжних ринків

Кон'юнктура зарубіжного ринку товарів і послуг та класифікація її видів. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень. Послідовність дослідження кон'юнктури зарубіжного ринку. Характеристика кон'юнктурних показників. Прогнозування кон'юнктури зарубіжного ринку товарів і послуг.

Тема 6. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів на зарубіжних ринках

Сутність конкуренції, її типологія. Поняття конкурентного аналізу; його цілі та завдання. Значення асортиментної політики в конкурентному аналізі. Аналіз конкурентних стратегій. Бенчмаркінг та інноваційна політика як інструменти визначення конкурентоспроможності.

Тема 7. Місце маркетингу в дослідженні зарубіжних ринків товарів і послуг


Маркетингова діяльність: сутність, функції, сфери застосування в ринкових дослідженнях. Класифікація маркетингових досліджень. Моделі підпорядкованості підрозділу (підрозділів) маркетингових досліджень. Основні принципи організації досліджень зарубіжного ринку товарів і послуг.

Тема 8. Форми й типи реакцій зарубіжного ринку на маркетингові дії

Реакція зарубіжного ринку товарів і послуг на маркетингові дії. Форми й типи реакцій зарубіжного ринку товарів і послуг. Моделі реакції зарубіжного ринку. Дослідження світового ринку цивільної авіації. Дослідження впливу нестабільного попиту на авіаперевезення на європейські ринки.

Модуль № 2 «Курсова робота «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»

Курсова робота (КР) з дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг» виконується у першому семестрі, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій. Її мета та цілі полягають у закріпленні та поглибленні теоретичних знань та вмінь, набутих здобувачем у процесі засвоєння всього навчального матеріалу дисципліни в галузі стратегічного маркетингу, а також у формуванні практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових задач під час роботи у відділі маркетингу підприємств, а також вироблення у здобувачів навичок економічного мислення під час розв'язання стратегічних задач розвитку підприємства.

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 9 із 14	

Виконання КР є важливим етапом у підготовці до виконання кваліфікаційної роботи майбутнього магістра з маркетингу.

Інтегровані вимоги модуля №2:

Знати:

- сутність та види зарубіжних ринків товарів і послуг;
- методологічні основи та методи досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг;
- інформаційного забезпечення досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг;
- дослідження місткості зарубіжних ринків товарів і послуг та їх кон'юнктури;
- дослідження конкурентів, аналізу стійкості та розвитку зарубіжних ринків товарів і послуг.


Вміти:

- аналізувати тенденції розвитку ринку;
- визначати цільовий сегмент ринку для підприємства та оцінювати можливості продажу товарів підприємства в цьому сегменті;
- здійснювати ранжирування факторів сегментації ринку;
- оцінювати сегмент у процесі вибору цільових сегментів;
- визначати місце стратегії ринкової ніши в класифікаційній структурі маркетингових стратегій;
- аналізувати хід процесів у ринковій економіці, пов'язаних з виробництвом та споживанням товарів;
- прогнозувати негативні та позитивні наслідки впливу різноманітних факторів на діяльність фірми;
- визначати цільовий сегмент ринку та будувати позиційні схеми;
- формувати портфель бізнесу фірми;
- здійснювати дослідження впливу попиту на авіап перевезення на зарубіжні ринки;
- вибирати найбільш ефективні напрямки росту фірми;
- розробляти маркетингові конкурентні стратегії.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 10 із 14	

2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС	Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль №1 « Теоретико-методологічні засади та особливості дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»									
1.1	Сутність, ознаки та види зарубіжних ринків	12	2 2	2	6	10	2	-	8
1.2	Сутність, поняття та завдання дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	12	2 2	2	6	13	-	-	13
1.3	Інформаційні аспекти дослідження зарубіжного ринку товарів і послуг	12	2 2	2	6	13	-	-	13
1.4	Дослідження місткості зарубіжних ринків товарів і послуг та їх сегментів.	12	2 2	2	6	13	-	-	13
1.5	Дослідження кон'юнктури зарубіжних ринків	12	2 2	2	6	12	2	-	10
1.6	Дослідження конкурентного середовища та конкурентів на зарубіжних ринках	12	2 2	2	6	12	2	2	8
1.7	Місце маркетингу в дослідженні зарубіжних ринків товарів і послуг	12	2 2	2	6	12	2	2	8
1.8	Форми й типи реакцій зарубіжного ринку на маркетингові дії	11	2	2 1	6	12	2	2	8
1.9	Модульна контрольна робота №1	10	2	-	6	-	-	-	-
1.10	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
Усього за модулем №1		105	34	17	54	105	10	6	89
Модуль №2 «Курсова робота «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»									
2.1	Тема курсової роботи	30	-	-	30	30	-	-	30
Усього за модулем №2		30	-	-	30	30	-	-	30
Усього за навчальною дисципліною		135	34	17	84	135	10	6	119

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 11 із 14	

2.4. Завдання на контрольну роботу (ЗФН).

Для студентів ЗФН – завдання для виконання контрольної роботи розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. 152 с.


3.2.2. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / за ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 294 с.

3.2.3. Сумець О.М. Стратегічний маркетинг [Текст] : навч. посіб. / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова. - Х. : Міська друкарня, 2011 . Ч. 1 : Сутність стратегічного маркетингу та його сучасна концепція. - 2011. - 191 с.; Ч. 2 : Маркетингові стратегії розвитку підприємства. - 2012. - 140 с.

3.2.4. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менедж. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. - Т. 1. - 2011. - 334 с.; Т. 2. - 2011. - 318 с.

Допоміжна література

3.2.5. Дослідження ринку: конспект лекцій / укладачі: Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвеева. – Суми : Сумський державний університет, 2015. – 185 с

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 12 із 14	

3.2.6. Корж М. В., Чуб І. В. Міжнародний маркетинг як основа розвитку міжнародного бізнесу. *Стратегія розвитку України*. 2017. № 1. С. 21–24.

3.2.7. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2012. 100 с.

3.2.8. Слиньков В.Н. Практический маркетинг: Учебное пособие. К.: КНТ, 2015. 368 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.2.9. Український професіональний журнал «Маркетинг і реклама». URL: <http://www.mr.com.ua>

3.2.10. Центр атакуючого маркетингу, організація надійного і прибуткового управління бізнесом, маркетингом, продажами. URL: <http://www.atmarket.kiev.ua>


3.2.11. Журнал про маркетинг і рекламу «Новий маркетинг» для маркетологів і рекламистів. URL: <http://www/marketing.web-standart.net>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Модуль №1		
	1 семестр	1 семестр
Виконання тестових завдань під час практичних занять	30	25
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	30	20
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>36 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	-
Виконання котрольної роботи	-	15
Усього за модулями №1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 13 із 14	

Модуль №2	
Вид навчальної роботи	Мах кількість балів
	Денна та заочна форма навчання
Виконання курсової роботи	60
Захист курсової роботи	40
Виконання та захист курсової роботи	100

4.2. Максимальна підсумкова кількість балів за виконання та захист курсової роботи, яку студент може отримати за семестр (максимальна підсумкова семестрова рейтингова оцінка), дорівнює 100 (табл. 4.1)

4.3. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.4. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.5. Підсумкова модульна рейтингова оцінка, отримана студентом за результатами виконання та захисту **курсорової роботи** в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до відомості модульного контролю, а також до навчальної картки, залікової книжки та Додатку до диплома, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.8. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		Стор. 14 із 14	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				




Силабус навчальної дисципліни
«Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»
Освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Рівень вищої освіти (перший (бакалаврський), другий (магістерський))	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна (обов'язкового) компонента ОП
Курс	1
Семестр	1
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4,5 кредити/135 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Теоретична та практична основа сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у з міжнародного маркетингу знання у методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг, формування уявлення про можливості використання результатів маркетингових досліджень ринку для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Формування компетентностей щодо досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг, формування уявлення про можливості використання результатів досліджень зарубіжних ринків товарів та послуг для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> –Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу (ПРН1). –Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обгрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності (ПРН3). –Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами (ПРН5). –Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень (ПРН9). –Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення (ПРН15). – Вміти розробляти проєкти маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (ПРН19).
Як можна користуватися пабутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог (ІК).

	<ul style="list-style-type: none"> - Здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК1). - Здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК2). - Здатність до адаптації та дії в новій ситуації (ЗК4). - Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК6). - Здатність розробляти проекти та управляти ними (ЗК8). - Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування (ФК2). - Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу (ФК3). - Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування (ФК5). - Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків (ФК7). - Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування (ФК8). - Здатність застосовувати методи та прийоми прийняття управлінських рішень в маркетингу та навичок їх використання, приймати рішення щодо управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках в умовах невизначеності та ризикованості (ФК10). - Здатність до розуміння глобального конкурентного середовища і ринкових інновацій та розробки проектів маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективного маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (ФК12).
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Сутність, ознаки та види зарубіжних ринків. Сутність, поняття та завдання дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг». Інформаційні аспекти дослідження зарубіжного ринку товарів і послуг. Дослідження місткості зарубіжних ринків товарів і послуг та їх сегментів. Дослідження кон'юнктури зарубіжних ринків. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів на зарубіжних ринках Місце маркетингу в дослідженні зарубіжних ринків товарів і послуг. Форми й типи реакції зарубіжного ринку на маркетингові дії</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи</p> <p>Форми навчання: очна, заочна</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі. Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку</p>
<p>Пореквізити</p>	<p>Стратегічний маркетинг. Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках</p>
<p>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</p>	<p>Навчальна та наукова література:</p> <p>1. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг [Текст] : підручник / Н. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. 152 с.</p>

	<p>2. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / за ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 294 с.</p> <p>3. Сумець О.М. Стратегічний маркетинг [Текст] : навч. посіб. / О. М. Сумець, С. М. Ігнатова. - Х. : Міська друкарня, 2011. - Ч. 1 : Сутність стратегічного маркетингу та його сучасна концепція. - 2011. - 191 с.; Ч. 2 : Маркетингові стратегії розвитку підприємства. - 2012. - 140 с.</p> <p>4. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова : Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менедж. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. - Т. 1. - 2011. - 334 с.; Т. 2. - 2011. - 318 с.</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	<p>2 корпус, аудиторії теоретичного навчання (2.205, 2.201 та ін.) Навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу Обладнання: мультимедійне обладнання, комп'ютери з доступом до Інтернету. Технології дистанційного навчання: платформи Google Classroom Google Meet</p>
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Екзамен, тестування, практичні завдання
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	 <p>Салькова Ірина Юрійвна Посада: доцент Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: http://feb.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu Тел.: +380(44) 406-77-43 Е-май: salkova.irynal@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.203а</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс: дисципліна спрямована на вивчення загальних закономірностей, принципів формування, функціонування та розвитку системи управління організацією; управлінських відносин, а також системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.
Лінк на дисципліну	