



## Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни

# Експортний маркетинг

**Шифр та назва спеціальності**

073 – Менеджмент

**Інститут**

ННІ Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу

**Освітня програма**

Міжнародний бізнес

**Кафедра**

Менеджменту (204)

**Рівень освіти**

Магістр

**Тип дисципліни**

Вибіркова

**Семестр**

10

**Мова викладання**

Українська

## Викладачі, розробники

**Івахненко Андрій Володимирович**

Andriy.Ivakhnenko@khpі.edu.ua

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту НТУ "ХПІ"

Автор та співавтор понад 50 наукових та методичних публікацій. Лектор з навчальних дисциплін "Міжнародний маркетинг", "Інноваційна діяльність в міжнародному бізнесі", "Лідерство", "Управління глобальними ланцюгами вартості". Детальніше на сайті кафедри: <https://web.kpi.kharkov.ua/mto/about/staff/ivakhnenko/>

## Загальна інформація

### Анотація

Навчальна дисципліна спрямована на опанування навичок пов'язаних з опануванням управлінських навичок і знань, необхідних для діяльності в сфері експортного маркетингу. Основна увага приділяється процесу поглибленого вивчення специфіки застосування інструментарію експортного маркетингу в діяльності підприємств та аналізу практичних кейсів.

### Мета та цілі дисципліни

Формування у майбутніх фахівців системи знань про здійснення маркетингової діяльності в процесі експорту, створення компетентності щодо механізмів та особливостей прийняття управлінських рішень експортного маркетингу, а також набуття ними навичок і вмінь для прийняття управлінських рішень експортного маркетингу.

### Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – екзамен.

### Компетентності

ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК7. Здатність спілкуватися іноземною мовою

СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.

СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком.

СК11. Здатність до розробки, прийняття та впровадження управлінських рішень в міжнародній фірмі в умовах прискорення глобальних трансформацій, спричинених зокрема постійними нарощенням технологічної динамічності на світових ринках.

СКП2.1. Здатність планувати, реалізовувати та контролювати бізнес-процеси, спрямовані на досягнення зовнішньоекономічних цілей підприємства.

СКП2.2. Здатність розробляти та впроваджувати заходи зі збуту продукції або послуг на зовнішньому ринку.

## **Результати навчання**

ПРО1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.

ПРО5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах.

ПРО14. Розробляти інноваційні управлінські рішення в міжнародному бізнесі в умовах прискорення глобальних трансформацій.

ПРО2.1. Аналізувати економічні, соціокультурні, політичні та правові фактори міжнародного ділового середовища підприємства.

ПРО2.2. Розробляти управлінські рішення з експортно-імпортних операцій та зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

## **Обсяг дисципліни**

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредита ECTS): лекції – 32 год., практичні заняття – 16 год., самостійна робота – 72 год.

## **Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)**

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання та практичні навички з наступних дисциплін: «Міжнародний бізнес», «Менеджмент ЗЕД», «Основи міжнародного маркетингу».

## **Особливості дисципліни, методи та технології навчання**

Протягом лекційних та практичних занять використовуються мультимедійні технології, проводяться інтерактивні дискусії та презентації щодо прийняття рішень експортного маркетингу. Завдання мають індивідуальний характер та виконується наскрізно протягом вивчення навчальної дисципліни. Зміст завдання охоплює основні теми курсу. Мета виконання завдання - отримання практичних навичок аналізу і планування експортної маркетингової діяльності підприємства.

## **Програма навчальної дисципліни**

### **Теми лекційних занять**

Тема 1. Вступ: предмет, цілі та завдання курсу «Експортний маркетинг»

Тема 2. Підприємство як суб'єкт експортної діяльності

Тема 3. Експортний потенціал підприємства. Складові і розвиток.

Тема 4. Роль експортного маркетингу в підвищенні експортного потенціалу підприємства.

Тема 5. Методи та інструменти експортного маркетингу.

Тема 6. Управлінські рішення в експортному маркетингу.

Тема 7. Вплив конкурентоспроможності підприємства на рішення експортного маркетингу.

Тема 8. Експортні маркетингові стратегії під час виходу на зовнішні ринки.  
Тема 9. Товарна політика у експортному маркетингу.  
Тема 11. Ціноутворення у експортному маркетингу.  
Тема 12. Сучасні концепції експортного маркетингу в діяльності українських підприємств

### **Теми практичних занять**

Тема 1. Зміст та сучасні завдання експортного маркетингу.  
Тема 2. Аналіз експортного потенціалу підприємства і його вплив на систему експортного маркетингу.  
Тема 3. Маркетингові дослідження в системі експортного маркетингу. Мета, етапи та інструментарій.  
Тема 4. Використання чинників конкурентоспроможності підприємства для вдосконалення планування експортного маркетингу.  
Тема 5. Процес вибору оптимальної стратегії експортного маркетингу.  
Тема 6. Товарна, цінова і збутова політика в системі експортного маркетингу.  
Тема 7. Управління експортною маркетинговою діяльністю на українських підприємствах.

### **Теми лабораторних робіт**

Лабораторні роботи в рамках дисципліни не передбачені.

### **Самостійна робота**

Курс передбачає виконання студентами індивідуального завдання на тему «Вдосконалення експортної маркетингової діяльності підприємства». Студенти обирають з метою дослідження підприємства, що здійснюють експортну діяльність. В структурі проекту розглядаються основні питання формування системи експортного маркетингу.

## **Література та навчальні матеріали**

Основна література

1. Baines, P., Whitehouse, S., Antonetti, P., & Rosengren, S. (2021). *Fundamentals of Marketing 2e*. Oxford University Press, USA
2. Sousa, C.M., Ruzo, E. and Losada, F. 'The key role of managers' values in exporting: Influence on customer responsiveness and export performance', *Journal of International Marketing*, Vol. 18, No. 2
3. Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг.ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями – Харків: ТОВ «Оберіг», 2023.- 1155 с.
4. Mathur, U. (2008). Advertising and promotion in international markets. In *International Marketing Management: Text and Cases* (pp. 335-416). SAGE Publications India Pvt Ltd, <https://doi.org/10.4135/9788132108436..>

## Система оцінювання

### Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

Опис структури підсумкової оцінки, обов'язкових завдань та процедури нарахування балів, особливо звертаючи увагу на самостійну роботу та індивідуальні завдання.

### Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

## Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

## Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри  
Олена ПРОХОРЕНКО

Дата погодження, підпис

Гарант ОП  
Тарас ДАНЬКО