Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Кафедра менеджменту

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
В.о завідувача кафедри
Іванова М.І.
«03» липня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності»

Галузь знань …….……..	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність …….....	D3 Менеджмент
Рівень вищої освіти ……	другий (магістерський)
Освітня програма ……	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Статус ……..	обов'язкова
Загальний обсяг ..……	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю ….	екзамен
Термін викладання ……	2-й семестр (3-а чверть)
Мова викладання ……	українська

Викладачі: проф. Дубєй Ю.В.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2026

Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності» для магістрів освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» спеціальності D3 Менеджмент/ НТУ «ДП»», каф. менеджменту. – Д. : НТУ «ДП», 2026. – 16 с.

Розробник – Дубєй Юлія Володимирівна – професор, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту

Робоча програма регламентує:

– мету дисципліни;
– дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
– базові дисципліни;
– обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
– програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
– алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
– інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
– рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності D3 Менеджмент (протокол № 5 від 03.07.2026 р.).

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ 4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ 4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ 5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ 5
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ 5
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ 8
6.1. Шкали 8
6.2. Засоби та процедури 9
6.3. Критерії 10
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 13
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ 13

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» спеціальності D3 Менеджмент здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни С2 «Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності» віднесено такий результат навчання:

СРН2	Формувати напрями розвитку міжнародної маркетингової діяльності підприємства з урахуванням особливостей маркетингового середовища, обґрунтовувати рішення щодо позиціонування, товарної пропозиції, ціноутворення, каналів розподілу та маркетингових комунікацій, розробляти міжнародні маркетингові стратегії та забезпечувати організацію і координацію маркетингових рішень підприємства

Мета дисципліни – формування компетентностей щодо розвитку у здобувачів управлінського мислення, системи знань і набуття практичних навичок з аналізу міжнародної маркетингової діяльності.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	**Дисциплінарні результати навчання (ДРН)**	
	шифр ДРН	**зміст**
СРН2	СРН2.1-С2	Пояснювати сутність, принципи, функції та сучасні концепції менеджменту міжнародної маркетингової діяльності, оцінювати вплив чинників міжнародного маркетингового середовища на діяльність підприємства та обґрунтовувати управлінські рішення з урахуванням економічних, політико-правових, кроскультурних, технологічних і цифрових чинників.
	СРН2.2-С2	Аналізувати та інтерпретувати результати міжнародних маркетингових досліджень для оцінювання ринкового потенціалу, привабливості та конкурентних умов зарубіжних ринків, обирати пріоритетні міжнародні ринки та цільові сегменти, формувати профіль міжнародного споживача.
	СРН2.3-С2	Формувати ціннісну пропозицію на міжнародних ринках та обгрунтовувати доцільний рівень її стандартизації й адаптації, розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо комплексу міжнародного маркетингу із застосуванням цифрових технологій, e-commerce, маркетплейсів, соціальних мереж та інших сучасних інструментів міжнародної маркетингової діяльності
	СРН2.4-С2	Розробляти міжнародну маркетингову стратегію підприємства, обґрунтовувати способи виходу та розвитку на міжнародних ринках, визначати організаційне і ресурсне забезпечення міжнародної маркетингової діяльності, координувати маркетингові рішення й оцінювати результативність їх реалізації

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	**Здобуті результати навчання**
Б2 Стратегічне управління сталим розвитком	Аналізувати вплив глобалізаційних процесів, ризиків, соціальних і політичних загроз, проблем бідності, нерівності та соціальної інклюзії на забезпечення сталого розвитку
Б3 Ризик-менеджмент	Практикувати використання сучасних інформаційних технологій при оцінюванні ризиків; використовувати Платформу Visure Requirements ALM, що інтегрує програмне забезпечення FMEA для вирішення проблем ідентифікації, оцінки та зменшення ризиків
Ф1 Цифровий менеджмент	Розробляти та реалізовувати цифрові маркетингові рішення для забезпечення конкурентоспроможності та розвитку організацій
Ф2 Управління проєктами	Застосовувати концепції, принципи та методологію управління проєктами для створення ефективних систем керівництва організаціями. Генерувати, аналізувати та критично оцінювати проєктні ідеї на основі критеріїв ефективності проєктів

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	**Обсяг,** *години*	**Розподіл за формами навчання**, *години*			
		денна		**заочна**	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	75	27	48	6	69
практичні	45	18	27	4	41
лабораторні	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	45	75	10	110

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	**Види та тематика навчальних занять**	**Обсяг складових,** *години*
	ЛЕКЦІЇ	**75**
СРН2.1-С2	**1 Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності: сутність, принципи та сучасні концепції**	8
	1.1 Сутність і зміст менеджменту міжнародної маркетингової діяльності	
	1.2 Місце міжнародної маркетингової діяльності в системі управління підприємством та зовнішньоекономічною діяльністю	
	1.3 Принципи та функції менеджменту міжнародної маркетингової діяльності	
	1.4 Сучасні інструменти, цифрові технології та штучний інтелект у міжнародному маркетингу	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, *години*
	1.5 Комплекс маркетингу та сучасні тенденції розвитку міжнародної маркетингової діяльності	
СРН2.1-С2	**2 Міжнародне маркетингове середовище підприємства**	8
	2.1 Поняття, структура та особливості міжнародного маркетингового середовища	
	2.2 Мікросередовище міжнародної маркетингової діяльності підприємства	
	2.3 Макросередовище міжнародної маркетингової діяльності підприємства	
	2.4 Кроскультурні, політико-правові та економічні чинники міжнародного маркетингового середовища	
	2.5 Вплив міжнародного маркетингового середовища на управлінські рішення підприємства	
СРН2.2-С2	**3 Вибір міжнародних ринків та цільових сегментів**	8
	3.1 Інформаційне забезпечення та методи дослідження міжнародних ринків	
	3.2 Критерії та етапи відбору привабливих міжнародних ринків	
	3.3 Оцінювання ринкового потенціалу та вибір пріоритетних міжнародних ринків	
	3.4 Міжнародна сегментація ринків: критерії, підходи та вибір цільових сегментів	
	3.5 Поведінка та профіль міжнародного споживача	
СРН2.2-С2 СРН2.3-С2	**4 Міжнародне позиціонування та формування ціннісної пропозиції**	8
	4.1 Сутність і особливості міжнародного позиціонування	
	4.2 Підходи та критерії позиціонування товарів, послуг і брендів на міжнародних ринках	
	4.3 Конкурентні переваги підприємства як основа міжнародного позиціонування	
	4.4 Ціннісна пропозиція для цільових міжнародних сегментів	
	4.5 Стратегії позиціонування з урахуванням специфіки міжнародного ринку	
СРН1.3-С2	**5 Управління товарною політикою на міжнародних ринках**	8
	5.1 Сутність, цілі та складові міжнародної товарної політики підприємства	
	5.2 Товарні стратегії підприємства на міжнародних ринках	
	5.3 Конкурентоспроможність товару та вимоги до його якості, упаковки і маркування на міжнародних ринках	
	5.4. Управління брендом на міжнародних ринках	
	5.5. Життєвий цикл товару на міжнародних ринках	
СРН2.3-С2	**6 Управління ціноутворенням у міжнародній маркетинговій діяльності**	7
	6.1 Сутність і особливості міжнародної цінової політики підприємства	
	6.2 Чинники формування ціни на міжнародних ринках	
	6.3 Процес формування ціни на міжнародних ринках	
	6.4 Міжнародні цінові стратегії та критерії їх вибору	
	6.5 Цінові рішення підприємства на різних міжнародних ринках	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, *години*
СРН2.3-С2	**7 Маркетингова політика розподілу на міжнародних ринках**	7
	7.1 Сутність, функції та особливості політики розподілу в міжнародному маркетингу	
	7.2 Типи міжнародних каналів розподілу та критерії їх вибору	
	7.3 Управління каналами розподілу на міжнародних ринках	
	7.4 Посередники на міжнародних ринках та організація взаємодії з ними	
	7.5 Цифрові канали розподілу, e-commerce та маркетплейси в міжнародній діяльності підприємства	
СРН2.3-С2	**8 Міжнародні маркетингові комунікації**	7
	8.1 Сутність, роль та особливості міжнародних маркетингових комунікацій	
	8.2 Процес формування системи міжнародних маркетингових комунікацій підприємства	
	8.3 Інструменти міжнародних маркетингових комунікацій та особливості їх використання на зарубіжних ринках	
	8.4 Кроскультурні особливості маркетингових комунікацій на міжнародних ринках	
	8.5 Сучасні тенденції розвитку міжнародних маркетингових комунікацій: digital-маркетинг, соціальні мережі, influencer marketing та контент-маркетинг	
СРН2.4-С2	**9 Стратегічне та організаційне управління міжнародною маркетинговою діяльністю**	7
	9.1 Сутність та етапи розроблення міжнародної маркетингової стратегії підприємства	
	9.2 Стратегічні альтернативи розвитку та способи виходу підприємства на міжнародні ринки	
	9.3 Організаційні структури управління міжнародним маркетингом	
	9.4 Організаційне та ресурсне забезпечення міжнародної маркетингової діяльності підприємства	
	9.5 Координація глобальних і локальних маркетингових рішень підприємства	
СРН2.4-С2	**10 Управління результативністю міжнародної маркетингової діяльності та маркетингова аналітика**	7
	10.1 Підходи до оцінювання результативності міжнародної маркетингової діяльності	
	10.2 Система показників і KPI міжнародної маркетингової діяльності підприємства	
	10.3 Маркетингова аналітика та використання даних для прийняття управлінських рішень	
	10.4 Цифрові технології та штучний інтелект у міжнародному маркетингу	
	10.5 Контроль результатів та коригування міжнародних маркетингових рішень	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	**45**
СРН2.1-С2	**1. Аналіз міжнародного маркетингового середовища та обґрунтування управлінських рішень**	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, *години*
СРН2.2-С2	**2. Дослідження та вибір пріоритетних міжнародних ринків**	6
СРН2.2-С2	**3. Міжнародна сегментація та формування профілю цільового споживача**	6
СРН2.2-С2 СРН2.3-С2	**4. Міжнародне позиціонування та формування ціннісної пропозиції**	6
СРН2.3-С2	**5. Управління товарною та ціновою політикою на міжнародних ринках**	6
СРН2.3-С2	**6. Управління розподілом та маркетинговими комунікаціями на міжнародних ринках**	5
СРН2.4-С2	**7. Розроблення міжнародної маркетингової стратегії та організація її реалізації**	5
СРН2.4-С2	**8. Обґрунтування рішень щодо підвищення ефективності управління результативністю міжнародної маркетингової діяльності та маркетингова аналітика**	5
	РАЗОМ	**120**

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90…100	відмінно / Excellent
74…89	добре / Good
60…73	задовільно / Satisfactory
0…59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії студента за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			**ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ**	
навчальне заняття	**засоби діагностики**	**процедури**	**засоби діагностики**	**процедури**
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання під час лекції	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
практичні	індивідуальне завдання	виконання завдань під час практичних занять та самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Під час поточного контролю практичні заняття оцінюються якістю виконання індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованихзавдань ККР повинна відповідати відведенному часу на виконання. Кількість варіантів ККр має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100\ a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

<u>Загальні критерії досягнення результатів навчання для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК</u>

Опис кваліфікаційного рівня	**Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії**	**Показник оцінки**
	Знання	
♦ спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; – критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
у галузі та на межі галузей знань	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
***Уміння*/навички**		
♦ спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур; ♦ здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах; ♦ здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми; – формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність; – провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). *Мова:* правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. *Комунікаційна стратегія:* – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	– здатність робити висновки та формулювати пропозиції; – використання іноземних мов у професійній діяльності	
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п’ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев’ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів; ♦ відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів; ♦ здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями: – використання принципів та методів організації діяльності команди; – ефективний розподіл повноважень в структурі команди; – підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); – стресовитривалість; – саморегуляція; – трудова активність в екстремальних ситуаціях; – високий рівень особистого ставлення до справи; – володіння всіма видами навчальної діяльності; – належний рівень фундаментальних знань; – належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок	95-100
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п’ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: ґаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних ґаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований аккаунт університетської пошти на Office365.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Дубєй Ю.В. Дистанційний курс з дисципліни «Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності» на платформі Moodle для магістрів освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» спеціальності D3 Менеджмент, 2026 рік. URI: https://do.nmu.org.ua/enrol/index.php?id=4257

2. Дубєй Ю.В. Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності [Електронний ресурс] : конспект лекцій для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» спеціальності D3 Менеджмент. Дніпро : НТУ «ДП», 2026. 191 с.

3. Дубєй Ю.В. Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до проведення практичних занять та самостійної роботи для здобувачів освітнього ступеня магістра освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» спеціальності D3 Менеджмент / Ю.В. Дубєй ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2026. 58 с.

4. Зварич Р. Є., Блажей І. О., Братко О. С. та ін. Міжнародний маркетинг : підручник / за наук. ред. Р. Є. Зварича. Тернопіль : ЗУНУ, 2026. 312 с. URI: https://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/56061

5. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Молнар О. С. та ін. Міжнародний маркетинг : підручник. Львів : Ужгородський торговельно-економічний інститут, 2024. 193 с. URI: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/60018

6. Шталь Т. В., Астахова І. Е., Козуб В. О. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.

7. Князєва Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. та ін. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Київ : НАУ, 2019. 164 с.

8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017. 180 с.

9. Ларіна Я. С. та ін. Міжнародний маркетинг : підручник / за ред. О. І. Бабічевої. Київ : Гельветика, 2018. 451 с.

Додаткові

1. Shvets V., Ivanova M., Kharin S., Dubiei Y., Papizh Y. 2026. Crisis management of decarbonization processes in international operations: integration of change management and financial instruments. *Economics and organization of management.* (Jun. 2026), 283–296. DOI:https://doi.org/10.31558/2307-2318.2026.2.25.

2. Іванова М., Трифонова О., Баранець Г., Дубєй Ю., Прохоренко, Є. Антикризовий менеджмент як інструмент забезпечення економічної безпеки в контексті сталого розвитку та міжнародного маркетингу. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* 2026. №28(79(2). С. 134–144. https://doi.org/10.24025/2306-4420.79(2).2026.360016

5. Shvets V., Kharin S., Dubiei Y., Papizh Y. . Decarbonization project management: international economic integration, business analytics, technologies and sustainable development standards. Сталий розвиток економіки, 2025. №5 (56), 131-140. DOI: https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-56-18

6. Бардась А.В., Дубєй Ю.В., Папіж Ю.С., Іванова М.І. Управлінський аналіз соціально-культурного середовища як складова бізнес-аналітики фірми. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту Науковий журнал*. 2025. № 2 (34). С. 221–241. https://doi.org/10.58253/2078-1628-2025-2(34)-015

7. Пилипенко Ю.І., Дубєй Ю.В. Міжнародний бізнес у системі трансферу технологій. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022. № 1. С. 119-125. URL: http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001389384

8. Бардась А. В., Дубєй Ю. В., Папіж Ю. С. Стратегічний менеджмент корпорацій як суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в умовах неопротекціонізму. *Економічний простір*. 2025. №208. С.175-181. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.208.175-181

Інформаційні ресурси

9. Нормативно-правова база України URL: http://zakon3.rada.gov.ua/

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua

11. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: http://www.ucci.org.ua/ua/main.html

12. Головний веб-сайт Міністерства торгівлі та розвитку ООН (ЮНКТАД). URL: https://unctadstat.unctad.org/EN/Index.html

13. Відкриті дані Світового банку. URL: https://data.worldbank.org/
14. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: https://ec.europa.eu/eurostat
15. Journal of International Marketing. URL: https://journals.sagepub.com/home/jig
16. Journal of Marketing. URL: https://journals.sagepub.com/home/jmx
17. European Journal of Marketing. URL: https://www.emerald.com/ejm

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності»
для магістрів освітньо-професійної програми
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
спеціальності D3 Менеджмент

Розробник:
Юлія Володимирівна Дубєй

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19