

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної роботи
Олександр ГОЛОВКО



2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО
ФІНАНСОВОГО РИНКУ»**

рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
галузь знань – 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність – 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма – «Міжнародні фінанси»
вид дисципліни – за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2022/2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

“30” серпня 2022 року, протокол №1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Майборода О.Є. - к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

Протокол від “29” серпня 2022 року № 1

В.о. завідувача кафедри



Ірина ДЕРІД

(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми (керівником проектної групи) «Міжнародні фінанси» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Гарант освітньо-професійної програми (керівник проектної групи) «Міжнародні фінанси» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти



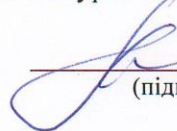
Ірина ШКОДІНА

(підпис)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від “29” серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу



Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

(підпис)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку» складена відповідно до освітньо-професійної програми
«Міжнародні фінанси»
підготовки бакалавра
за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Мета викладання** навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку» полягає у формуванні в студентів практичних навичок і умінь маркетингового аналізу стану та тенденцій розвитку міжнародного фінансового ринку.

1.2. **Основними завданнями** вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку» є:

- формування наступних загальних компетентностей:

- ЗК3. Здатність навчатися та бути сучасно навченим
- ЗК5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК8. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК9. Уміння бути критичним та самокритичним.
- ЗК10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК12. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

- формування наступних фахових компетентностей:

- ФК5. Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них
- ФК6. Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі.
- ФК7. Здатність аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин
- ФК14. Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами.
- ФК15. Здатність застосувати методи, правила і принципи функціонування міжнародних економічних відносин для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України.
- ФК16. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.
- ФК17. Здатність розуміти технології прийняття рішень в області міжнародних фінансів, використовувати набуді теоретичні знання для розробки ефективних стратегій та тактик поведінки суб'єктів господарювання в складному міжнародному фінансовому середовищі;
- ФК 18. Здатність оцінювати ризики в міжнародній фінансовій діяльності та управляти ними; використовувати сучасні механізми забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання.
- ФК 20. Здатність використовувати базові знання й практичні навички у сфері монетарного, фінансового регулювання та регулювання міжнародного фінансового ринку.

1.3. **Кількість кредитів** 3.

1.4. **Загальна кількість годин** – 90 год.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	
Семестр	
6-й	
Лекції	
30 год.	
Практичні, семінарські заняття	
15 год.	- год.
Лабораторні заняття	
- год.	- год.
Самостійна робота	
45 год.	
в т.ч. індивідуальні завдання	
1 контрольна робота (5 годин із самостійної роботи на підготовку)	

1.6. Загальні результати навчання:

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

ПРН1. Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.

ПРН2. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію.

ПРН7. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

ПРН8. Розуміти, виділяти й описувати нові явища, процеси й тенденції глобального розвитку, механізми й інструменти реалізації економічної політики та світових інтеграційних / дезінтеграційних процесів, у тому числі та євроатлантичної інтеграції

ПРН9. Розуміти і вміти застосовувати, відповідно до інших вимог освітньої програми, сучасні теорії та методи розв'язання спеціалізованих складних задач і практичних проблем у сфері міжнародної торгівлі товарами та послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин, мобільності людських ресурсів, міжнародного трансферу технологій.

ПРН10. Ідентифіковувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку

ПРН14. Розуміти і застосовувати теорії, принципи, засоби й інструменти реалізації міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин.

ПРН18. Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків.

ПРН23. Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.

ПРН25. Презентувати результати дослідження на базі яких, розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.

ПРН28. Знати особливості здійснення міжнародної фінансової, операційної та інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, знання методів оптимізації фінансової діяльності суб'єктів господарювання на міжнародному ринку.

ПРН29 Уміти використовувати сучасні методи управління корпоративними фінансами для вирішення стратегічних завдань учасників міжнародних економічних відносин.

ПРН30. Аналізувати сучасний стан фінансової системи України та шляхи її інтеграції в міжнародну фінансову систему.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Основи міжнародного маркетингу на ринку фінансових послуг.

Тема 1. Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.

Фінансовий маркетинг. Напрямки маркетингу фінансових інститутів. Інструменти ринку фінансових послуг. Основні передумови виникнення і розвитку міжнародного маркетингу. Глобальний маркетинг фінансового ринку. Основні передумови виникнення й розвитку міжнародного маркетингу. Мета міжнародного маркетингу. Середовище міжнародного маркетингу. Причини дослідження середовища міжнародного маркетингу. Чинники середовища міжнародного маркетингу. Характеристика міжнародного маркетингового середовища: економічне, політико-правове, культурне середовище.

Тема 2. Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.

Значення інформації в міжнародному маркетингу. Маркетингова інформаційна система. Міжнародні маркетингові дослідження. Процес міжнародного маркетингового дослідження фінансових послуг. Переваги та недоліки видів інформації у маркетингових дослідженнях на зарубіжних ринках. Вторинна інформація в національних і міжнародних маркетингових дослідженнях

Тема 3. Типи міжнародних маркетингових досліджень.

Типи дослідження на закордонному ринку та вибір його виконавця. Попереднє дослідження країни чи регіону. Поглиблене дослідження зовнішнього ринку. Тест і спеціальні дослідження. Стандартні (обов'язкові) елементи дослідження. Структура поглибленого міжнародного маркетингового дослідження. Кон'юнктура зарубіжного ринку фінансових послуг. Порівняльна характеристика первинної та вторинної інформації в міжнародних маркетингових дослідженнях

Тема 4. Дослідження міжнародних організацій і світові бази даних як джерело інформації.

Підходи та вимоги до міжнародної сегментації. Маркетингова інформаційна система. Сегмент міжнародного ринку. Мета сегментації. Агрегування ринку. Підходи до міжнародної сегментації. Критерії сегментації світового ринку. Етапи сегментації світового ринку. Стратегії сегментації. Джерела інформації які використовують при дослідженні національних ринків. Інформаційне середовище міжнародного маркетингу - інтернет, екстранет, інтранет. Інформатизація. Світові бази даних щодо інформації фінансового ринку.

Тема 5. Дослідження офшорних юрисдикцій.

Види офшорних зон. Основні особливості офшорних зон. Основні види офшорних зон: класичні офшорні зони, зони низького оподаткування, інші зони. Класифікація офшорних зон залежно від міжнародного правового статусу. Класифікація офшорних зон за територіальним принципом. Класифікація офшорних зон відповідно до рівня їх надійності. Країни із найнижчими ставками податку на репатріацію основних видів доходів. Вартість заснування або купівлі офшорних компаній в основних офшорних зонах.

Розділ 2. Напрями, форми і методи міжнародного маркетингового дослідження.

Тема 6. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного страхового ринку.

Міжнародний страховий ринок. Суб'єкти міжнародного страхового ринку. Основні тенденції міжнародного ринку страхових послуг. Аналіз розвитку світового ринку страхових послуг. Країни-лідери світового ринку страхування. Рейтинг найвпливовіших страхових груп світу. Маркетингова служба страховика, її функції та організація роботи. Маркетингові дослідження в страхуванні. Маркетингова стратегія страхової компанії.

Тема 7. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного фондового ринку.

Капіталізація фондового ринку. Динаміка капіталізації світового фондового ринку. Аналіз обсягів торгів. Країни з найбільшою капіталізацією фондового ринку. Основні динаміки обсягів торгів на світовому фондовому ринку. Динаміка торгів на фондовому ринку. Інвестиційні потоки на фондових ринках. Структура інвестиційних потоків на світовому фондовому ринку.

Тема 8. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного ринку інвестицій.

фондового ринку. Динаміка капіталізації світового фондового ринку. Аналіз обсягів торгів. Країни з найбільшою капіталізацією фондового ринку. Основні динаміки обсягів торгів на світовому фондовому ринку. Динаміка торгів на фондовому ринку. Інвестиційні потоки на фондових

Тема 9. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку.

Міжнародний кредитний ринок. Стандарти конвергенції системи розрахунково-кредитних відносин. Економічна суть і сегментація міжнародного кредитного ринку, розширення ресурсної бази банків за рахунок його функціонування. Методи дослідження міжнародного кредитного ринку

Тема 10. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного валютного ринку

Міжнародний валютний ринок. Види операцій на валютному ринку. Валютна політика та валютне регулювання. Платіжний баланс та золотовалютні резерви в механізмі валютного регулювання. Основні учасники міжнародного валютного ринку. Дослідження міжнародних валютних систем.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						дистанційна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	с	лаб	інд	ср		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Основи міжнародного маркетингу на ринку фінансових послуг.												
Тема 1. Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.	7	4				3						
Тема 2. Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.	9	4	2			3						
Тема 3. Типи міжнародних маркетингових досліджень.	9	4	2			3						
Тема 4. Дослідження міжнародних організацій і світові бази даних як джерело інформації.	7	2	2			3						
Тема 5. Дослідження офшорних юрисдикцій.	7	2	2			3						
Разом за розділом 1	39	16	8			15						
Розділ 2. Напрями, форми і методи міжнародного маркетингового дослідження.												
Тема 6. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного страхового ринку.	9	4	2			3						
Тема 7. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного фондового ринку.	7	4				3						
Тема 8. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного ринку інвестицій.	7	2	2			3						
Тема 9. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку.	7	2	2			3						
Тема 10. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного валютного ринку	6	2	1			3						
Індивідуальне завдання - контрольна робота	5					5						
Екзамен (підготовка)	10					10						
Разом за розділом 2	51	14	7			30						
Усього годин	90	30	15			45						

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.	2
2.	Типи міжнародних маркетингових досліджень.	2
3.	Дослідження міжнародних організацій і світові бази даних як джерело інформації.	2
4.	Дослідження офшорних юрисдикцій.	2
5.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного страхового ринку.	2
6.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного ринку інвестицій.	2
7.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку.	2
8.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного валютного ринку.	1
	Разом	15

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 1 "Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
2.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 2 "Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
3.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 3 "Типи міжнародних маркетингових досліджень". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
4.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 4 "Дослідження міжнародних організацій і світові бази даних як джерело інформації". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
5.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на Семінарське заняття за темою 5 "Дослідження офшорних юрисдикцій". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії.	3
6.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 6 "Напрями, форми і методи дослідження міжнародного страхового ринку". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
7.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 7 "Напрями, форми і методи дослідження міжнародного фондового ринку ". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
8.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 8 "Напрями, форми і методи дослідження міжнародного ринку інвестицій". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
9.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 9 "Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку ". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3

10.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на семінарське заняття за темою 10 "Напрями, форми і методи дослідження міжнародного валютного ринку". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	3
11.	Підготовка контрольної роботи – індивідуального завдання	5
12.	Підготовка до контрольної роботи	10
	Разом	45

6. Індивідуальні завдання.

Індивідуальне завдання з дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку» є контрольна робота.

Мета контрольної роботи є формування у студентів системи знань з дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», основою яких є набуття практичних навичок щодо використання нормативних документів та інформації у процесі здійснення практичної діяльності у відповідному фаховому напрямку.

У ході виконання запропонованих завдань передбачається самостійна робота студентів стосовно підбору необхідної інформації з різноманітних джерел, а також знаходження та узагальнення матеріалів, що підлягали вивченню та дослідженню.

Кожен студент отримує індивідуальну тему контрольної роботи та захищає її протягом семестру згідно навчального плану.

Зміст інформації контрольної роботи повинен містити посилання на використану літературу, чинне законодавство України, наприкінці контрольної роботи необхідно привести перелік літератури. Максимальна кількість балів за виконання контрольної роботи – 10 балів.

Термін виконання – не пізніше ніж за 20 днів до початку залікового тижня. Детальні вимоги до змісту індивідуальних завдань, критерії оцінювання та оформлення контрольної роботи наведені в НМКД дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку».

Контрольна робота направлена на вирішення основних завдань, які розкривають тему контрольної роботи, а саме:

1. Особливості державного регулювання міжнародного фінансового ринку країни «А».
2. Тенденції розвитку міжнародного фінансового ринку країни (динаміка основних показників мінімум за 10 років)
3. Пріоритети розвитку маркетингових досліджень країни «А»

Тема індивідуального завдання – контрольної роботи:

1. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Китаю.
2. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Канади.
3. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Німеччини.
4. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Нідерланди.
5. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Сполучені Штати Америки.
6. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Франція.
7. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Голландія.
8. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Австрії.
9. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Бельгії.
10. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Японії.
11. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку України.
12. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Дубая.
13. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Норвегії.
14. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Португалії.
15. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Сінгапура.
16. Особливості маркетингових досліджень міжнародного фінансового ринку Польши.

7. Методи навчання

Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньою компонентною «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку».

Шифр ПРН (відповідно до ОНП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики /форми оцінювання
ПРН1	Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.	Дискусія, робота в команді над генеруванням ідей, кейсами та проектами, їх презентація	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях рішень кейсів та ситуаційних задач, креативного та екологічного мислення, екзаменаційна робота
ПРН2	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію.	Вирішення кейсів, виступ та презентація результатів.	Оцінювання усних та письмових відповідей, комунікативних навичок, креативного та екологічного мислення, управління часом
ПРН7	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.	Дискусія, робота в команді над генеруванням ідей, кейсами та проектами, їх презентація	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях рішень кейсів та ситуаційних задач, креативного та екологічного мислення, екзаменаційна робота
ПРН8	Розуміти, виділяти й описувати нові явища, процеси й тенденції глобального розвитку, механізми й інструменти реалізації економічної політики та світових інтеграційних / дезінтеграційних процесів, у тому числі та євроатлантичної інтеграції	Лекція-бесіда; пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), проблемно-пошукові методи при виконання завдань самостійної роботи; кейси; творчі завдання.	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях, уміння переконувати; креативність; вирішення кейсів, екзаменаційна робота
ПРН9	Розуміти і вміти застосовувати, відповідно до інших вимог освітньої програми, сучасні теорії та методи розв'язання спеціалізованих складних задач і практичних проблем у сфері міжнародної торгівлі товарами та послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних валютно-фінансових та кредитних	Дискусія, робота в команді над генеруванням ідей, кейсами та проектами, їх презентація	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях рішень кейсів та ситуаційних задач, креативного та екологічного мислення, екзаменаційна робота

	відносин, мобільності людських ресурсів, міжнародного трансферу технологій.		
ПРН10	Ідентифіковувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку	Лекція-бесіда; пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), проблемно-пошукові методи при виконання завдань самостійної роботи; кейси; творчі завдання.	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях, уміння переконувати; креативність; вирішення кейсів, екзаменаційна робота
ПРН14	Розуміти і застосовувати теорії, принципи, засоби й інструменти реалізації міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин.	Дискусія, робота в команді над генеруванням ідей, кейсами та проектами, їх презентація	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях рішень кейсів та ситуаційних задач, креативного та екологічного мислення, екзаменаційна робота
ПРН18	Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків.	Вирішення кейсів, виступ та презентація результатів.	Оцінювання усних та письмових відповідей, комунікативних навичок, емоційного інтелекту, вирішення кейсів, екзаменаційна робота
ПРН23	Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.	Лекція-бесіда; пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), проблемно-пошукові методи при виконання завдань самостійної роботи; кейси; творчі завдання.	Оцінювання усних відповідей, вміння використовувати комунікаційні технології, креативність; вирішення кейсів, екзаменаційна робота
ПРН25	Презентувати результати дослідження на базі яких, розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.	Лекція-бесіда; пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), проблемно-пошукові методи при виконання завдань самостійної	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях, уміння переконувати; креативність; вирішення кейсів

		роботи; кейси; творчі завдання.	
ПРН28	Знати особливості здійснення міжнародної фінансової, операційної та інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, знання методів оптимізації фінансової діяльності суб'єктів господарювання на міжнародному ринку.	Вирішення кейсів, виступ та презентація результатів.	Оцінювання усних та письмових відповідей, комунікативних навичок, емоційного інтелекту, вирішення кейсів
ПРН29	Уміти використовувати сучасні методи управління корпоративними фінансами для вирішення стратегічних завдань учасників міжнародних економічних відносин.	Вирішення кейсів, виступ та презентація результатів.	Оцінювання усних та письмових відповідей, комунікативних навичок, емоційного інтелекту, вирішення кейсів, екзаменаційна робота
ПРН30	Аналізувати сучасний стан фінансової системи України та шляхи її інтеграції в міжнародну фінансову систему.	Лекція-бесіда; пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), проблемно-пошукові методи при виконання завдань самостійної роботи; кейси; творчі завдання.	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях, уміння переконувати; креативність; вирішення кейсів, екзаменаційна робота

Можуть також додатково (замість певних завдань) враховуватись такі види активностей здобувача:

- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій;
- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з напряму дисципліни (з підготовкою самостійної роботи, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);
- участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях (підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

8.Методи контролю

Методами контролю з дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку» є поточний та підсумковий контроль. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Формами проведення поточного контролю з дисципліни є:

- усні опитування на практичних (семінарських) заняттях;
- дискусія, що передбачає активний диспут між усією групою та викладачем стосовно знаходження відповіді на поставлене питання;
- обговорення наукових статей з тематики семінарського заняття;
- контрольна робота;
- тестування;
- підсумковий контроль у вигляді екзамену.

Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння окремих розділів.

Структура та складові поточної та підсумкової оцінки з дисципліни:

Поточний контроль – 60 балів. З них:

- 30 балів (активна робота на практичних заняттях, що передбачає вирішення практичних завдань);
- 20 балів (10*2 поточний тестовий контроль);
- 10 балів (підготовка та захист контрольної роботи).

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення екзамену. Загальна кількість балів за успішне виконання – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст білета й оцінювання відповідей:

- 10 балів (теоретичне питання);
- 10 балів (2 діагностичних питання х 5 бали);
- 10 балів (5 тестових питань х 2 бали);
- 10 балів (практичне завдання – розв'язання задачі)

За бажанням студент має можливість обрати тестову форму екзаменаційного білета (білет містить 20 тестових завдань, студент одержує 2 бали за кожну вірну відповідь)

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти **екзамен в тестовій формі** (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) **дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=3277>

За підсумками поточного та підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання									Екзаменаційна робота	Сума
T1, T2	T3	T4	T5	T6, T7	T8	T9	T10	Контроль робота, передбачена навчальним планом	Разом	
8	4	4	10	7	3	10	4	10	60	40
										100

Шкала оцінювання

Набрана сума балів за 100-бальною шкалою переводиться у 4-рівневу шкалу оцінювання у такий спосіб:

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

Критерії оцінки успішності та результатів навчання

1. За кожне семінарське заняття встановлено максимальну кількість балів, що їх можна отримати, виконавши усі запропоновані завдання повно та без помилок. Зазвичай сюди входить відповідь на запитання, винесене на обговорення на семінарське заняття, або виступ з проблематики, винесеної у самостійну роботу студента, а також чіткі короткі відповіді студента

на додаткові питання викладача в рамках, винесеної на обговорення теми. Якщо студент плутано та неповно відповідає на основне питання, не відповідає на додаткові питання – його бал знижується. Підвищити його студент може, проявляючи подальшу активність на семінарі, відповідаючи на питання, поставлені іншим студентам, якщо ті не знають відповіді.

2. У курсі дисципліни передбачено 1 контрольну роботу. Контрольна робота виконується за індивідуальним завданням та захищається протягом семестру. Повне і правильне виконання усіх завдань дає максимальний бал.

4. Поточний тестовий контроль здійснюється у результаті виконання тестових завдань за підсумками розглянутих тем: теми 1 – 4, теми 5 - 8. Тестові завдання студент виконує в аудиторії письмово або **дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=3277>

Тестове завдання передбачає необхідність вибрати одну правильну відповідь на поставлені питання. Кожна правильна відповідь на тестові запитання оцінюється в 1 бал. На виконання одного завдання відводиться 1-2 хвилини. Загальна оцінка за тестове завдання виставляється в залежності від набраної кількості балів.

3. Підсумком вивчення дисципліни є складання екзамену. Макет білету та приклад білету надається студентам заздалегідь разом із питаннями до екзамену та переліком тем, із яких зустрічатимуться задачі. Біля кожного завдання в білеті проставлено максимальну кількість балів, що їх можна отримати за наявності чіткої, правильної відповіді.

10. Рекомендована література

Основна література

1. Бутук О. І. Валютно-фінансові відносини: Навч. посібник / О. І. Бутук – К. : Знання, 2006. – 349с
2. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: підручник. Київ: Київський університет, 2016. 480 с.
3. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 337 с.
4. Лялюк А. М. Маркетинг: навч. посіб. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 299 с. Маркетинг: навч. посіб. / за заг. ред. Г. О. Дорошенко. Харків: Тім Пабліш Груп, 2016. 411 с.
5. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар та ін.; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2018. 457 с.
6. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. О. І. Бабічевої. Київ: Гельветика, 2018. 451 с. Попова Н. В. Маркетинг: підруч. Харків: В справі, 2016. 298 с.
7. Марченко О. С. Бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 204 с.
8. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. Київ: КНУБА, 2016. 143 с.
9. Маркетинговий аналіз міжнародної діяльності суб'єктів господарювання: практикум. Київ: НАУ, 2019. 52 с.
10. Маркетингові комунікації: навч. посіб. / П. В. Захарченко та ін. Київ: КНУБА, 2016. 151 с.
11. Маслій Н. Д. Маркетинг: навч.-метод. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ. Одеса: Астропринт, 2017. 180 с.
12. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / за ред. С. І. Чеботара. Суми: Папірус, 2015. 367 с.
13. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ / уклад.: А. В. Таранич та ін. Вінниця: Нілан, 2017. 278 с.
14. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. 164 с.
15. Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Скиба О. М. Словник сучасного маркетингу. Київ: КиМУ, 2018. 213 с.
16. Олексенко Л. В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ: Ліра-К, 2018. 467 с.
17. Сохецька А. В. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. Бізнес Інформ. 2020. №7. С.346–352. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-346-352>
18. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб. Дніпропетровськ: Ун-т митної справи та фінансів, 2016. 361 с.

19. Market Research Trends That May Dominate the 2020s: <https://www.d8aspring.com/blog/3-market-research-trends-that-may-dominate-the-2020s>

Допоміжна література

- 1.Бакалінський О. В. Тотальне управління споживчою цінністю послуги. Нова концепція, яка розширює практичні можливості маркетингу сервісу: монографія. Київ: ДУІТ, 2017. 139 с.
- 2.Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг; пер. з англ. С. Івахненко. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. 191 с.
- 3.Бергер Йона. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними; пер. з англ. О. Замойська. Київ: Наш формат, 2017. 196 с.
- 4.Воронюк А., Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через Интернет. Киев: ІРІО, 2018. 160 с.
- 5.Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри; пер. з англ. О. Асташова. Київ: Наш формат, 2018. 100 с.
- 6.Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Вишемирський В. С., 2018. 515 с.
- 7.Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. Пер. з англ. Н. Палій. Харків: Кн. Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 159 с.
- 8.Манн І. Маркетинг на 100%: ремікс. Як стати успішним менеджером із маркетингу. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 239 с.
- 9.Маркетинг взаємодії: сучасна теорія і практика: монографія / за заг. ред. Н. В. Попової, А. В. Катаєва. Харків: Панов А. М. [вид.], 2016. 394 с.
- 10.Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 251 с
- 11.Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики: колект. монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 280 с.
- 12.Соціально-етичний маркетинг: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України А. А. Мазаракі, д-ра наук з держ. упр., проф. Є. В. Ромата. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 371 с.

11.Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. www.ukrstat.gov.ua - сайт Державної служби статистики України
2. www.bank.gov.ua - офіційний сайт НБУ
3. www.business.ua – сайт газети «Бізнес»
4. www.customs.gov.ua - офіційний сайт Державної митної служби України
5. www.dengi-info.com – сайт інформаційно-аналітичної газети «Деньги»
6. www.me.kmu.gov.ua – офіційний сайт Міністерства економіки України
7. www.mfa.gov.ua – офіційний сайт МЗС України
8. www.minfin.gov.ua – офіційний сайт Міністерства фінансів України
9. www.rada.gov.ua – офіційний сайт ВР України
10. www.ugmk.info - бізнес-портал реального сектору економіки
11. www.wto.org – офіційний сайт СОТ

12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непереможної сили (в тому числі запровадження карантинних обмежень через пандемію)

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно на платформі Moodle (<https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=3277>) проводяться практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;

– аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться 30% практичних та семінарських занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких карантинних обмежень з заборотою відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість (за заявою, погодженою деканом факультету) скласти **екзамен в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі ««Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=3277>