

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
з дисципліни
**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО
ФІНАНСОВОГО РИНКУ»**

для студентів

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
галузь знань: **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма **«Міжнародні фінанси»**
вид дисципліни: **вибіркова**

Укладач:
Доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії Майборода О.Є.

2021/2022 навчальний рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни

«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ»

для студентів

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
галузь знань: **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма **«Міжнародні фінанси»**
вид дисципліни: **вибіркова**

Укладач:

Доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії Майборода О.Є.

2021/2022 навчальний рік

Зміст

Розділ 1. Основи міжнародного маркетингу на ринку фінансових послуг.

Тема 1. Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.

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

Тема 3. Типи міжнародних маркетингових досліджень.

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

Тема 5. Дослідження офшорних юрисдикцій.

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

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

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

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

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

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

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.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ
ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ
з дисципліни
«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО
ФІНАНСОВОГО РИНКУ»

для студентів

рівень вищої освіти – **перший (бакалаврський)**
галузь знань – **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність – **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма – **«Міжнародні фінанси»**
вид дисципліни – **вибіркова**

Укладач:

Доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії Майборода О.Є.

2021/2022 навчальний рік

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Дисципліна «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку» відноситься до циклу профільюючих дисциплін для спеціальності «Міжнародні економічні відносини».

Мета курсу: полягає у формуванні в студентів практичних навичок і умінь маркетингового аналізу стану та тенденцій розвитку міжнародного фінансового ринку.

Семінарські заняття покликані поглибити теоретичні та методологічні знання студентів з даного курсу, сприяти набуттю ними практичних навичок щодо маркетингового дослідження міжнародного фінансового ринку.

В процесі підготовки питань на семінарські заняття та виконання практичних робіт студенти зобов'язані працювати з допоміжною навчальною та науковою літературою, застосовуючи елементи самостійного наукового пошуку.

Тематика семінарських занять

Семінарське заняття 1. Тема: Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.

Семінарське заняття 2. Тема: Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.

Семінарське заняття 3. Тема: Типи міжнародних маркетингових досліджень.

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

Семінарське заняття 5. Тема: Дослідження офшорних юрисдикцій.

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

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

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

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

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

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарське заняття 1. Тема: Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення.

Контрольні питання до теми:

1. Дайте визначення міжнародного маркетингу, виходячи з різних критеріїв. На підставі цього виявіть особливості міжнародного маркетингу.

2. Які шляхи залучення фірми до міжнародної маркетингової діяльності ви знаєте? Охарактеризуйте їх.

3. Які є мотиви виходу фірми на закордонний ринок?

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

Семінарське заняття 2. Тема: Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Сформулюйте подібності й відмінності внутрішнього і міжнародного маркетингу, обґрунтуйте свою відповідь.

2. Розробіть схему еволюції концепції міжнародного маркетингу.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

Семінарське заняття 3. Тема: Типи міжнародних маркетингових досліджень.

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Поясніть необхідність тестування рекламних матеріалів і дослідження.

2. Сформулюйте головні проблеми які ставлять перед собою дослідницькі компанії для задоволення вимог клієнта.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

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

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Розкрити обов'язкові елементи міжнародного маркетингового дослідження.
2. Перелічити канали, джерела одержання інформації за допомогою маркетингової розвідки.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

Семінарське 5. Тема: Дослідження офшорних юрисдикцій.

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Охарактеризувати офшорні юрисдикції.
2. Дати характеристику вільним економічним зонам.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій. Складання тесту.

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

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Перелічити фактори глобалізації страхових відносин.
2. Розкрити головних суб'єктів світового страхового ринку.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

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

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Охарактеризувати міжнародний фондовий ринок.
2. Перелічити класифікаційні ознаки міжнародного фондового ринку.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

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

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Охарактеризувати міжнародні інвестиційну діяльність.
2. Розкрити головні права та вимоги міжнародних інвесторів.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій. Складання тесту.

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

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Охарактеризувати міжнародний кредитний ринок.
2. Перелічити головні умови щодо позики капітала.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

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

Мета: формування навичок робот з літературою, поглиблення знань з навчального матеріалу.

Форма контролю: опитування усні (індивідуальні), письмові (тестування), обговорення, перевірка самостійної роботи.

Контрольні питання до теми:

1. Міжнародний валютний ринок розкрити за економічною сутністю.
2. Розкрити розвиток валютних інструментів на міжнародному валютному ринку.

Розв'язання задач та аналіз конкретних ситуацій.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

з дисципліни

«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ»

для студентів

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
галузь знань: **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма **«Міжнародні фінанси»**
вид дисципліни: **вибіркова**

Укладач:
Доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії **Майборода О. Є.**

2021/2022 навчальний рік

Тестові завдання для поточного контролю з дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку»

Поточний контроль здійснюється у результаті виконання тестових завдань за підсумками результатів розгляду відповідних тем за дисципліною «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку»: теми 1 – 4, теми 5 - 8. Тестові завдання студент виконує в аудиторії письмово або дистанційно на платформі в дистанційному курсі «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/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.

Поточний контроль – 60 балів.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40.

Час виконання – до 80 хвилин

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

У разі настання / подовження дії **обставин непереборної 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 **залік в тестовій формі** (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожен вірну відповідь) **дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3277>

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

Питання для складання заліку з дисципліни «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку»

1. Розкрити мету створення вільно-економічних зон
2. Розкрити основні принципи маркетингу
3. Перелічити головні ознаки ТНК
4. Розкрити цілі та завдання маркетингової розвідки
5. Перелічити етапи інтернаціоналізації
6. Розкрити визначення «маркетингова розвідка»
7. Розкрити мету міжнародного маркетингового дослідження
8. Перелічити джерела вторинної маркетингової інформації
9. Розкрити визначення «Маркетингова інформація»

10. Перелічити низьковитратні джерела вторинної маркетингової інформації
11. Навести визначення «глобальний маркетинг»
12. Розкрити основні передумови виникнення та розвитку міжнародного маркетингу
13. Розкрити мотиви виходу вітчизняного підприємства на нові зарубіжні ринки
14. Розкрити типи реалізації міжнародного маркетингу
15. Охарактеризувати маркетингову інформаційну систему організації
16. Пояснити різницю між первинної та вторинною маркетинговою інформацією
17. Розкрити маркетингову інформаційну систему організації
18. Перелічити високовитратні джерела вторинної маркетингової інформації
19. Розкрити стратегії охоплення цільових сегментів
20. Охарактеризувати особливості міжнародного маркетингового дослідження
21. Розкрити визначення «міжнародне маркетингове дослідження»
22. Охарактеризувати особливості маркетингових досліджень та розвідки
23. Пояснити методику «4К+1»
24. Охарактеризувати ринок маркетингових досліджень в Україні
25. Перелічити головні стадії міжнародного маркетингово дослідження
26. Розкрити типи міжнародних маркетингових досліджень
27. Розкрити визначення «сегмент міжнародного ринку»
28. Перелічити етапи сегментування зарубіжного ринку
29. Перелічити головні класифікаційні ознаки офшорних зон.
30. Розкрити тенденцій розвитку глобалізації ринку страхових послуг
31. Розкрити класифікацію страхових організації
32. Розкрити сутність міжнародного фондового ринку
33. Перелічити етапи розвитку міжнародного фондового ринку
34. Розкрити головні сегменти щодо ринку міжнародних інвестиційних активів
35. Розкрити які саме маркетолог повинен враховувати особливості при здійсненні міжнародної інвестиційної діяльності
36. Розкрити складові довготермінової стратегії розвитку інвестиційного потенціалу

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ІНДИВІДУАЛЬНІ
СЕМЕСТРОВІ ЗАВДАННЯ
ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

з дисципліни

**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО
ФІНАНСОВОГО РИНКУ»**

для студентів

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
галузь знань: **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма **«Міжнародні фінанси»**
вид дисципліни: **вибіркова**

Укладач:
Доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії Майборода О.Є.

2021/2022 навчальний рік

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

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 Росії.

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 Польщі.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ – КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота виконується самостійно студентом за запропонованою темою. Відповіді на питання повинні містити посилання на використану літературу, чинне законодавство України, наприкінці роботи необхідно привести перелік літератури.

Робота повинна мати обов'язкові складові частини, що розташовуються в певній послідовності:

- титульний аркуш;
- зміст;
- вступ;
- основна частина;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (якщо є).

Текст роботи набирається на комп'ютері через півтора інтервали на стандартних аркушах формату А4 (210×297 мм) без рамки.

Поля: з лівого боку – 30 мм, з правого – 15 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм. Абзацний відступ має бути скрізь однаковий – 1,0 см. Друкування тексту проводиться на одній стороні аркуша (пастою чорного кольору середньої жирності). Шриффт – Times New Roman, розмір – 14 пт.

У роботі допускаються тільки загальноприйняті скорочення слів (СНД, ООН та ін.). Посилання на таблиці, рисунки робляться в тексті.

Нумерація сторінок роботи має бути наскрізною, включаючи список літератури і додатки. Першою сторінкою є титульний аркуш. Нумери сторінок проставляються арабськими цифрами в правому верхньому куті аркуша. На титульному аркуші номер сторінки не ставиться.

Рисунки та таблиці, розташовані на окремих сторінках, включаються в загальну нумерацію.

Усі таблиці повинні мати назви, що характеризують їх зміст. У правому верхньому куті над назвою таблиці пишеться слово «Таблиця 1.1» з позначенням номера розділу і номера таблиці в його межах. Назва таблиці пишеться над таблицею, вирівнювання – по центру. Крапка після назви таблиць не ставиться.

Усі ілюстрації (схеми, графіки, діаграми, креслення тощо) іменуються рисунками, в тексті вони іменуються словом «Рис. 1.2.», з позначенням номера розділу і номера рисунку в його межах. Підпис до рисунку розташовується під ним.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ УСПІШНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

з дисципліни

«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ»

для студентів

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
галузь знань: **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма **«Міжнародні фінанси»**
вид дисципліни: **вибіркова**

Укладач:

Доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії Майборода О.Є.

2021/2022 навчальний рік

Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

"90-100 балів"- студент міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;

"70-89 балів"- студент добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його, має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускає певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного;

"50-69"- студент в основному опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань, відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

"1-49 балів"- студент не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

Шкала оцінювання

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

Рекомендована література

Основна література

1. Бажанов С. Международные финансы / С. Бажанов, О. В. Буторина, Л. Н. Федякина. – Изд. "Международные отношения". 2012. – 592 с.
2. Бутук О. І. Валютно-фінансові відносини: Навч. посібник / О. І. Бутук – К. : Знання, 2006. – 349с
3. Канищенко О. Л. Міжнародний маркетинг: підручник. Київ: Київський університет, 2016. 480 с.
4. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 337 с.
5. 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.
6. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар та ін.; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2018. 457 с.
7. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. О. І. Бабічевої. Київ: Гельветика, 2018. 451 с. Попова Н. В. Маркетинг: підруч. Харків: В справі, 2016. 298 с.
8. Марченко О. С. Бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 204 с.
9. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. Київ: КНУБА, 2016. 143 с.
10. Маркетинговий аналіз міжнародної діяльності суб'єктів господарювання: практикум. Київ: НАУ, 2019. 52 с.
11. Маркетингові комунікації: навч. посіб. / П. В. Захарченко та ін. Київ: КНУБА, 2016. 151 с.
12. Маслій Н. Д. Маркетинг: навч.-метод. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ. Одеса: Астропринт, 2017. 180 с.
13. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / за ред. С. І. Чеботара. Суми: Папірус, 2015. 367 с.
14. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ / уклад.: А. В. Таранич та ін. Вінниця: Нілан, 2017. 278 с.
15. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. 164 с.
16. Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Скиба О. М. Словник сучасного маркетингу. Київ: КиМУ, 2018. 213 с.
17. Олексенко Л. В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ: Ліра-К, 2018. 467 с.
18. 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>
19. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб. Дніпропетровськ: Ун-т митної справи та фінансів, 2016. 361 с.
20. 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. Актуальний інтернет-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.
- 9.Манн І. Маркетинг на 100%: ремікс. Як стати успішним менеджером із маркетингу. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 239 с.
- 10.Маркетинг взаємодії: сучасна теорія і практика: монографія / за заг. ред. Н. В. Попової, А. В. Катаєва. Харків: Панов А. М. [вид.], 2016. 394 с.
- 11.Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 251 с
- 12.Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики: колект. монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 280 с.
- 13.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.
- 14.Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: колект. монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 290 с.
- 15.Чукурна О. П. Концепція маркетингового ціноутворення в глобальній економіці: монографія. Одеса: Астропринт, 2016. 334 с.

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 «Бизнес»
4. www.businesspress.ru – сайт «Ділова преса»
5. www.customs.gov.ua - офіційний сайт Державної митної служби України
6. www.dengi-info.com – сайт інформаційно-аналітичної газети «Деньги»
7. www.finansmag.ru - сайт журналу «Финансы»
8. www.kommersant.ru - сайт газети «Коммерсантъ»

9. www.me.kmu.gov.ua – офіційний сайт Міністерства економіки України
10. www.mfa.gov.ua – офіційний сайт МЗС України
11. www.minfin.gov.ua – офіційний сайт Міністерства фінансів України
12. www.rada.gov.ua – офіційний сайт ВР України
13. www.ugmk.info - бізнес-портал реального сектору економіки
14. www.wto.org – офіційний сайт СОТ