

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

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор з науково-педагогічної  
роботи

Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ



30 серпня 2021 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

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

“27” серпня 2021 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 “27” серпня 2021 року № 1

В.о. завідувача кафедри

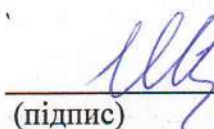


Ірина ДЕРІД

(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



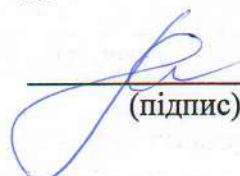
Ірина ШКОДІНА

(підпис)

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

Протокол від “27” серпня 2021 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:**

ЗК8. Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків

ЗК10. Здатність мотивувати та розробляти ефективну систему організації праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.

ЗК11. Здатність брати участь у розробці проектів, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, діяти соціально відповідально і свідомо.

ЗК12. Вміння використовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій.

**- формування наступних фахових компетентностей:**

ФК1. Здатність виокремлювати закономірності, характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/дезінтеграційних процесів.

ФК2. Розуміння базових категорій та новітніх теорій, концепцій, технологій і методів у сфері міжнародних економічних відносин з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку МЕВ.

ФК6. Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі.

ФК7. Здатність застосовувати базові знання, аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютнофінансових і кредитних відносин.

ФК8. Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.

ФК9. Знання про стан досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками.

ФК12. Знання теоретичних основ та практичних навичок оцінювання й аналізу безпекової компоненти міжнародних економічних відносин.

ФК14. Здатність застосовувати методи, правила і принципи функціонування МЕВ для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України.

ФК15. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.

ФК 17 Здатність оцінювати загрози зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єктів господарювання, використовувати сучасні механізми забезпечення їх фінансової безпеки.

ФК18 Розуміння специфіки місцевих, державних, міжнародних фінансів, фінансів суб'єктів господарювання.

ФК 19 Здатність використовувати базові знання і практичні навички у сфері монетарного, фіскального регулювання та регулювання міжнародного фінансового ринку.

ФК 20 Розуміння змісту основних понять і законів міжнародного фінансового бізнесу

1.3. Кількість кредитів4.

1.4. Загальна кількість годин– 120 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	
30год.	- год.
Лабораторні заняття	
- год.	- год.
Самостійна робота	
60 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:

ПРН6. 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.

ПРН7. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути критичним і самокритичним, розуміти детермінанти впливу на спілкування з представниками інших бізнескультур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності та поваги до них.

ПРН8. Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.

ПРН9. Розробляти та реалізовувати міжнародні проекти, працювати в проектних групах, мотивувати людей і рухатися до спільної мети, діяти соціально-відповідально та свідомо.

ПРН15. Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм МEB на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.

ПРН16. Розуміти та застосовувати базові знання основних нормативно-правових актів і довідкових матеріалів, чинних стандартів і технічних умов, інструкцій та інших нормативно-розпорядчих документів у сфері міжнародних економічних відносин.

ПРН20. Володіти базовими категоріями, новітніми теоріями, концепціями, технологіями та методами у сфері міжнародних економічних відносин з урахуванням їх основних форм, зокрема: міжнародної торгівлі товарами та послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин, мобільності людських ресурсів, міжнародного трансферу технологій

ПРН22. Застосовувати базові знання, аналізуючи теорії, принципи, засоби й інструменти реалізації міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин.

ПРН23. Відстоювати національні інтереси України з 10 урахуванням безпекової компоненти міжнародних економічних відносин.

ПРН24. Застосовувати відповідні методи, правила і принципи функціонування МЕВ для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України.

ПРН26. Уміти вирішувати стратегічні проблеми у сфері міжнародних економічних відносин та міжнародних фінансів. ПРН27 Уміти застосовувати в своїй діяльності стандарти міжнародної фінансової звітності.

ПРН29. Знати особливості здійснення міжнародної фінансової, операційної та інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, знання напрямів оптимізації фінансової роботи суб'єктів господарювання на міжнародному ринку

ПРН31 Уміти використовувати сучасні методи управління корпоративними фінансами для вирішення стратегічних завдань учасників міжнародних економічних відносин

ПРН32 Володіти методами аналізу інвестиційних проєктів, поведінки економічних агентів на міжнародних фінансових ринках;

ПРН33 Володіти навичками управління міжнародними інвестиційними портфелями та методами щодо їх оптимізації;

ПРН34 Знати способи формалізації й побудови моделей міжнародної економічної діяльності, технології розробки та реалізації управлінських рішень щодо управління фінансовими ресурсами

## **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. Попередне 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
<b>Розділ 1. Основи міжнародного маркетингу на ринку фінансових послуг.</b>												
Тема 1. Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.	12	4	4			4						
Тема 2. Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.	12	4	4			4						
Тема 3. Типи міжнародних маркетингових досліджень.	12	4	3			5						
Тема 4. Дослідження міжнародних організацій і світові бази даних як джерело інформації.	9	2	2			5						
Тема 5. Дослідження офшорних юрисдикцій.	8	2	2			4						
<b>Разом за розділом 1</b>	<b>53</b>	<b>16</b>	<b>15</b>			<b>22</b>						
<b>Розділ 2. Напрями, форми і методи міжнародного маркетингового дослідження.</b>												
Тема 6. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного страхового ринку.	13	4	4			5						
Тема 7. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного фондового ринку.	13	4	4			5						
Тема 8. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного ринку інвестицій.	9	2	3			4						
Тема 9. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку.	9	2	2			5						
Тема 10. Напрями, форми і методи дослідження міжнародного валютного ринку	8	2	2			4						
Індивідуальне завдання - контрольна робота	5					5						
Залік (підготовка)	10					10						



<b>Разом за розділом 2</b>	<b>67</b>	<b>14</b>	<b>15</b>			<b>38</b>						
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>30</b>	<b>30</b>			<b>60</b>						

#### 4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Маркетингова діяльність на ринку фінансових послуг.	4
2.	Значення інформації для організації маркетингу міжнародного фінансового ринку.	4
3.	Типи міжнародних маркетингових досліджень.	3
4.	Дослідження міжнародних організацій і світові бази даних як джерело інформації.	2
5.	Дослідження офшорних юрисдикцій.	2
6.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного страхового ринку.	4
7.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного фондового ринку.	4
8.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного ринку інвестицій.	3
9.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку.	2
10.	Напрями, форми і методи дослідження міжнародного валютного ринку.	2
	<b>Разом</b>	<b>30</b>

#### 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	4
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	4
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	5
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	5
5.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на Семінарське заняття за темою 5 "Дослідження офшорних юрисдикцій". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії.	4
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	5
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	5
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	4
9.	Підготуватися за рекомендованою літературою до питань, винесених на	5

	семінарське заняття за темою 9 "Напрями, форми і методи дослідження міжнародного кредитного ринку ". Прочитати рекомендовані наукові статті. Підготуватися до дискусії	
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	4
11.	Підготовка контрольної роботи – індивідуального завдання	5
12.	Підготовка до заліку	10
	<b>Разом</b>	<b>60</b>

### 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 України «А».
2. Тенденції розвитку міжнародного фінансового ринку України (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 – взаємодія між викладачем і студентом, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійної та індивідуальної роботи студента.

При проведенні визначених планом видів занять використовуються такі методи:

1. Під час викладення навчального матеріалу:
  - словесні (бесіда, пояснення, розповідь, інструктаж);
  - наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження);
  - практичні (вправи, практичні роботи, дослідні роботи).
2. За організаційним характером навчання:
  - методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності;
  - методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності;
  - методи контролю та самоконтролю у навчанні;
  - бінарні (поєднання теоретичного, наочного, практичного) методи навчання.
3. За логікою сприймання та засвоєння навчального матеріалу: індуктивно-дедукційні, репродуктивні, прагматичні, дослідницькі, проблемні тощо.

### 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 заліку.

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 заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст білета й оцінювання відповідей:

- 10 балів (теоретичне питання);
- 10 балів (2 теоретичних питання-визначення, кожне з яких має вагу в 5 балів);
- 10 балів (5 тестових питань x 2 бали);
- 10 балів (практичне завдання – розв'язання задачі)

**За бажанням студент має можливість обрати тестову форму залікового білета** (білет містить 20 тестових завдань, студент одержує 2 бали за кожну 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.

### 9. Схема нарахування балів

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

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
90 – 100	для дворівневої шкали оцінювання
70-89	зараховано
50-69	
1-49	не зараховано

### 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://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.

3. Підсумком вивчення дисципліни є складання письмового заліку. Макет білету та приклад білету надається студентам заздалегідь разом із питаннями до заліку 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. Бажанов С. Международные финансы / С. Бажанов, О. В. Буторина, Л. Н. Федякина. – Изд. "Международные отношения". 2012. – 592 с.
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: ТімПаблішГруп, 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. С., 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>
20. Dahlstrom R., Nygaard A., Crosno J. L. Strategic, Metric, and Methodological Trends in Marketing Research and Their Implications for Future Theory and Practice. Journal of Marketing Theory and Practice. 2014. Vol. 16. Issue 2. P. 139–152.
21. Definition of Marketing: <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

22. European Society for Opinion and Marketing Research ECOMAP: <https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-andstandards/codes-and-guidelines>
23. Mago Z. New trends of marketing communication based on digital games. European Journal of Science and Theology. 2017. Vol. 13. No. 6. P. 171–182

#### 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. Івахненкова. 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.
13. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: колект. монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 290 с.
14. Чукурна О. П. Концепція маркетингового ціноутворення в глобальній економіці: монографія. Одеса: Астропринт, 2016. 334 с.

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

1. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) - сайт Державної служби статистики України
2. [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua) - офіційний сайт НБУ
3. [www.business.ua](http://www.business.ua) – сайт газети «Бизнес»
4. [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) – сайт «Ділова преса»
5. [www.customs.gov.ua](http://www.customs.gov.ua) - офіційний сайт Державної митної служби України
6. [www.dengi-info.com](http://www.dengi-info.com) – сайт інформаційно-аналітичної газети «Деньги»
7. [www.finansmag.ru](http://www.finansmag.ru) - сайт журналу «Финансы»
8. [www.me.kmu.gov.ua](http://www.me.kmu.gov.ua) – офіційний сайт Міністерства економіки України
9. [www.mfa.gov.ua](http://www.mfa.gov.ua) – офіційний сайт МЗС України
10. [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua) – офіційний сайт Міністерства фінансів України
11. [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) – офіційний сайт ВРУ України
12. [www.ugmk.info](http://www.ugmk.info) - бізнес-портал реального сектору економіки
13. [www.wto.org](http://www.wto.org) – офіційний сайт СОТ

#### 12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної 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://dist.karazin.ua/moodle/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 заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість (за заявою, погодженою деканом факультету) скласти **залік в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Маркетингові дослідження міжнародного фінансового ринку», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3277>