



Syllabus of the Academic Discipline

Name of the discipline:

"Methodological and Practical Aspects of International Marketing"

Course page in Moodle: <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4108>

Number of teaching hours: **40 hours**

Consultations: according to the schedule

Lecturer

Doctor of Economics, Professor, Vice-rector for Research,
Professor of the Department of Marketing

Semak Bohdan Bohdanovich

Profile of the Lecturer: <http://www.lute.lviv.ua/kafedri/kafedra-marketingu/semak-bogdanbogdanovich/?L=100>

Contacts

bbsemak@ukr.net, +380679796999

Description of the discipline

Abstract of the discipline: "Methodological and Practical Aspects of International Marketing" is a discipline of the optional component of the curriculum. As an optional component, the study of the discipline will allow the PhD student to form an individual educational trajectory. Students acquire theoretical knowledge and acquire competence in the areas of development and implementation of international marketing plans and strategies, conducting international market research and forming the product, price, sales and advertising policies of enterprises engaged in foreign economic activity.

Format of conducting the discipline: face-to-face series of lectures and practical classes, independent work of students, performance of individual research tasks. Students have the opportunity to receive individual consultations. During the session, the format is face-to-face.

Signs of discipline

Number of credits	Total hours	Weekly hours for full-time education:		Type of final control
		auditorium	independent work	
4	120	3,3	6,7	Test

Scope of the discipline

Type of educational activity	Total hours
Lecturers	20
Practical sessions	20
Independent work	80

Didactic map of the discipline

Title of the topic, description of the topic, tasks for independent work	Calendar course plan			Kind of educational activity	Forms and methods of education	Evaluation of work, scores
	Week of semester	Details of the event	Number of hours			
Topic 1. International marketing: general overview Task: To reveal the essence of international marketing and its importance for enterprises that carry out their activities in the conditions of foreign markets. Define international marketing and its main functions. Differences between marketing in the domestic and foreign markets. Formulate the main goals of international marketing and methods of achieving them. Name the marketing factors controlled by the enterprise in the domestic and foreign markets. Uncontrollable factors of domestic and foreign markets. Formulate the main questions that should be in the field of view of the international marketing manager.	1 – 2	according to the schedule	2	lecture	Lecture-visualization, express survey	1
	2	according to the schedule	2	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	4
	1 – 3	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
	3	according to the schedule	2	lecture	Lecture-visualization, express survey	1
Topic 2. The choice of foreign markets in the context of the European integration of Ukraine Task: To substantiate the list of main reasons that encourage domestic enterprises to enter the EU markets. Name the main criteria for choosing and evaluating European markets by an enterprise. Rating of selected European markets. Principles of assessing the potential of EU markets from the standpoint of the interests of domestic enterprises. To describe the main stages of the introduction of international marketing at the enterprise. Formulate prerequisites that contribute to the transition from simpler forms of international marketing to more complex ones.	3	according to the schedule	4	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	8
	3 – 4	according to the schedule	6	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
	4 – 5	according to the schedule	2	lecture	Lecture-visualization, express survey	1
Topic 3. Models of entry into the EU markets - the experience of enterprises in the region Task: To reveal the essence of the concept of domestic market						

expansion as one of the starting approaches in the organization of international marketing activities of export-oriented enterprises of the Lviv region. Search for sales markets in EU countries similar to the domestic one in terms of marketing activity. The principles of building an effective international marketing policy based on the identification of the unique advantages of domestic goods and services in individual European markets and the application of the concept of differentiated markets. To propose the main approaches to the deployment of effective marketing activities by the enterprise on a global scale based on the application of the concept of global marketing.	4 – 5	according to the schedule	2	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	4
	4 – 5	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
Topic 4. International environment: economic aspect Task: To reveal the essence of the concept of the international marketing environment. Study the list of main factors operating in the international marketing environment. To investigate the influence of the level of economic development of the country on the nature of the organization of marketing activities of the enterprise. Organization of international marketing activities in conditions of global economic crises. To justify the need to optimize the influence of the factors of the international marketing environment on the economic activity of the enterprise in the conditions of markets with different levels of economic development. Current control	5	according to the schedule	2	lecture	Lecture-visualization, express survey	1
	5 – 6	according to the schedule	2	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	4
	5 – 6	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
						8
	6 – 7	according to the schedule	4	lecture	Lecture-visualization, express survey	2
Topic 5. Socio-cultural environment of international marketing Task: To reveal the essence of the concept of social and cultural environment of international marketing. To describe the main elements of the socio-cultural environment of international marketing. To reveal the influence of the language environment on the advertising activities of international companies and the organization of international marketing research. To investigate the	6 – 7	according to the schedule	4	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	8

relationship between the level of awareness of buyers and the nature of their buying behavior in foreign markets. Taking into account the aesthetic tastes of buyers in the formation of international product policy. Economic manifestations of world religions and their impact on international marketing programs. To analyze the influence of social values, beliefs and stereotypes on the formation of customer needs in the conditions of various foreign markets.	6 – 7	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
	8	according to the schedule	2	lecture	Lecture-visualization, express survey	1
	8	according to the schedule	2	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	4
	8 – 9	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
	9 – 10	according to the schedule	4	lecture	Lecture-visualization, express survey	2
	9 – 10	according to the schedule	2	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	4
	9 – 10	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
	Topic 6. International political and legal environment					
	Task: To reveal the characteristics and features of the key factors of the political and legal environment of international marketing. Formulate three groups of political risk factors in the conditions of the international market. To justify the need to study the impact of political risks on the process of the enterprise's entry into the selected foreign market. To study the main legal aspects in the field of international marketing. Analyze the laws of different countries that affect the nature of international marketing activities.					
	Topic 7. Segmentation of the world market					
	Task: To reveal the essence of the concept of a segment of the international market. Selection of segmentation criteria in the conditions of various foreign markets. To study approaches to assessing the attractiveness and potential of individual segments of the international market. Organization of the segmentation process in selected foreign markets. Carrying out the process of positioning the company's goods or services within the selected target segments. Taking into account the specifics of the buying behavior of buyers in the foreign market in the process of positioning the goods or services addressed to them.					

Topic 8. International marketing research Task: Information as the most expensive commodity in the conditions of the international market. Formulate the main problems of finding and collecting marketing information in various foreign markets. To determine the main approaches to the organization of the international marketing research process at the enterprise that operates in the conditions of the external economic environment. Criteria for evaluating information obtained as a result of international marketing research. Analysis, interpretation and use of the results of international marketing research. Name the main sources of international marketing information on foreign markets.	10 – 11	according to the schedule	4	lecture	Lecture-visualization, express survey	2
	10 – 11	according to the schedule	4	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	8
	10 – 11	according to the schedule	6	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
	12 – 14	according to the schedule	4	lecture	Lecture-visualization, express survey	2
Topic 9. Development of the international marketing mix Task: To study approaches to planning the components of the international marketing mix for the company's goods on the foreign market. To study approaches to the adaptation of the components of the enterprise's product marketing mix to the changing conditions of the international market environment. Ensuring effective interaction of all components of the international marketing mix for the company's products. To justify the need to ensure effective control over the implementation of the international marketing mix in the conditions of various foreign markets.	12 – 14	according to the schedule	4	practice session	Oral survey, problem solving, discussion of situational tasks	8
	12 – 14	according to the schedule	8	independent work	Working with educational and methodical literature, taking notes, solving tasks, testing in a distance course	2
						9
			120			100
Current control						
Total						

Hardware and software

Personal computers with Internet connection and access to the LUTE Web Center (distance courses and electronic library) for familiarizing with educational content, completing independent work tasks, passing tests.

Course policies

- The course involves working in a team.
- The environment in the classroom is friendly, creative, open to constructive criticism.
- Class attendance is a mandatory component of the assessment, for which points are awarded. For objective reasons (for example, illness, international internship), learning can take place in remote mode upon agreement with the course leader and present the completed tasks during the teacher's consultation.
- Independent work includes the theoretical study of issues related to the topics of lecture classes that were not included in the theoretical course, or were considered briefly. their in-depth study based on the recommended literature, as well as the performance of tasks in order to consolidate the theoretical material.
- All tasks provided by the program must be completed within the set time.
- An obligatory component that helps mastering the discipline is a distance course, the attendance of which is mandatory.
- A student who is late is considered to have missed a class due to an improper reason with 0 points for the class, and at the same time has the right to attend the class.
- For the use of telephones and computer equipment without the teacher's permission, a violation of discipline, the student receives 0 points for the lesson and is obliged to complete such lesson.
- Debt liquidation takes place within 1 week after the set deadline. At the same time, the assessment is reduced by 10%.
- Applicants for higher education have the right to take the exam automatically. if during the semester such applicants have scored 90 or more points.
- Applicants of higher education, who are admitted to the exam based on the results of the current control, are given the right to increase their rating during the exam (final evaluation) according to the schedule of the exam session.
- Violation of academic integrity is not acceptable when working on assignments: when using Internet resources and other sources of information, the student must indicate the source used during the assignment.
- Writing off during the test and exam is prohibited (including using mobile devices). Mobile devices are allowed to be used only during online testing.

Evaluation system and requirements

Types of control: current, milestone, final.

Control methods: observation of educational activities of students of higher education, oral survey, written control, test control, performance of educational and individual tasks.

Evaluation of educational work of higher education applicants by types

Type of control	Type of educational activity	Assessment
CURRENT CONTROL		
<i>Work at lectures:</i>		
	- attendance at classes	0.3 points for each attendance
	- taking notes	0.3 points for each lecture
	- participation in an express survey	for each correct answer 0.1 points (up to a maximum of 1.4 points)
The applicant can receive a maximum of 2 points for work at a lecture		

For work at all lectures, the applicant can receive a maximum of 13 points		
<i>Work in practical sessions:</i>		
	- attendance at classes	0.3 points for each attendance
	- oral survey, testing, solving practical problems	0.1 points for each correct answer
	- участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання, діловій грі	up to 2 points
The applicant can receive a maximum of 4 points for work in a practical session		
For work in all practical sessions, the applicant can receive a maximum of 52 points		
Independent work		
	- a report with a presentation on the topic of independent study	for each presentation - up to 2 points
For independent work, the applicant can receive a maximum of 18 points		
MILESTONE CONTROL	Control testing 1	for each correct answer - 0.5 points (maximum score 8 points)
	Control testing 2	for each correct answer - 0.5 points (maximum score 9 points)
FINAL CONTROL (test)	The credit is issued based on the results of the current and border control, it is carried out after the completion of the study of the academic discipline	The evaluation criteria are indicated in the last table

The final (overall) assessment of the academic discipline is the sum of the rating assessments (points) obtained for separate evaluated forms of educational activity: current assessment of the level of assimilation of theoretical material during classroom classes and independent work; assessment (points) according to Individual task; assessment (points) for participation in scientific conferences, Olympiads, conducting research, preparing scientific publications, etc.

For test

Stages of current control											Total
T1	T2	T3	T4	Current control	T5	T6	T7	T8	T9	Current control	100
7	11	7	7	8	12	7	8	12	12	9	

T1, T2 ... T9 – serial number of the lesson topic

Numerical rating scale

The sum of points for all types of educational activities	Evaluation on a national scale
90 – 100 (A)	excellent
82-89 (B)	good
74-81 (C)	
64-73 (D)	satisfactorily
60-63 (E)	
35-59 (FX)	unsatisfactory with the possibility of retaking
0-34 (F)	unsatisfactory with mandatory re-study of the discipline

The result of the educational activity of a student of higher education is evaluated in accordance with the Regulation on the assessment of knowledge and skills of students of higher education of the Lviv University of Trade and Economics according to the following levels and criteria:

Assessment criteria		Level of competence	Score
Points			
90-100	The student demonstrates full and solid knowledge of the educational material in the amount corresponding to the discipline program, correctly and reasonably makes the necessary decisions in various non-standard situations. Able to implement the theoretical provisions of the discipline in practical calculations, analyze and compare the data of the objects of the specialist's activity on the basis of knowledge and skills acquired from this and related disciplines. Knows modern technologies and calculation methods from this discipline. During training during practical classes, when performing individual / control tasks, he demonstrated the ability to independently solve assigned tasks, actively participate in discussions, can defend his own position in the issues and decisions under consideration. A decrease in the 100-point score may be associated with insufficient disclosure of issues related to the discipline being studied, but beyond the scope of the material provided by the syllabus of the academic discipline, or the student shows uncertainty in the interpretation of theoretical provisions or complex practical tasks. The student demonstrates good knowledge, has a good command of the material that corresponds to the discipline program, makes an analysis of possible situations based on them and knows how to apply theoretical provisions when solving practical problems, but admits some inaccuracies. Able to independently correct the mistakes made, the number of which is insignificant. Knows modern technologies and methods of calculations in this discipline. During training, during practical classes, when performing individual / control tasks and explaining the decisions made, gives comprehensive explanations.	High Fully meets the requirements for knowledge, skills and abilities outlined in the syllabus of the academic discipline. The student's own proposals in the assessment and solving of practical problems increase his ability to use the knowledge he received while studying other disciplines, as well as the knowledge acquired during independent in-depth study of issues related to the discipline being studied.	Excellent (A)
82-89	The student demonstrates good knowledge, has a good command of the material that corresponds to the discipline program, makes an analysis of possible situations based on them and knows how to apply theoretical provisions when solving practical problems, but admits some inaccuracies. Able to independently correct the mistakes made, the number of which is insignificant. Knows modern technologies and methods of calculations in this discipline. During training, during practical classes, when performing individual / control tasks and explaining the decisions made, gives comprehensive explanations.	Sufficient Provides the student with independent solution of basic practical problems in conditions when the output data in them changes compared to examples that are considered in the studied discipline	Good (B)
74-81	In general, the student has a good command of the material, knows the main provisions of the material that corresponds to the discipline program, makes an analysis of possible situations based on them and knows how to apply it when solving typical practical tasks, but allows individual inaccuracies. Able to explain the main provisions of the completed tasks and give correct answers when the result changes when the initial parameters are changed. Errors in answers/solutions/calculations are not systematic. Knows the characteristics of the main provisions that are of decisive importance when conducting practical classes, when performing individual / control tasks and explaining the decisions made, within the scope of the discipline being studied.	Sufficient Specific level, according to the studied material of the discipline program. Additional questions about the possibility of using theoretical provisions for practical use cause difficulties.	Good (C)
64-73	The student has mastered the basic theoretical material provided by the discipline program, and understands the resolution of standard practical tasks, has suggestions regarding the direction of their solutions. Understands the main provisions that are decisive in the course, can solve similar tasks to those discussed with the teacher, but allows a significant number of inaccuracies and gross errors, which can be eliminated with the help of the teacher.	Average Provides a sufficiently reliable level of reproduction of the main provisions of the discipline	Satisfactorily (D)

60-63	The student has certain knowledge provided for in the discipline program, possesses the basic provisions studied at the level defined as minimum acceptable. Using the main theoretical provisions, the student has difficulty explaining the rules for solving practical/calculation tasks of the discipline. Performance of practical (individual, control) tasks is significantly formalized: there is compliance with the algorithm, but there is no deep understanding of the work and relationships with other disciplines.	Average It is the minimum acceptable for all components of the discipline program	Satisfactorily (E)
35-59	The student can reproduce individual fragments from the course. Despite the fact that the student completed the program of the academic discipline, he worked passively, his answers during practical work are mostly incorrect and unfounded. The student lacks complete understanding of the subject material.	Low It does not provide practical implementation of the tasks that are formed during the studied discipline	Unsatisfactory with the possibility of retaking (FX)
0-34	The student did not fully fulfill the requirements of the academic discipline program. His knowledge at the final stages of training is fragmentary.	Unsatisfactory The student is not prepared to independently solve the problems outlined by the goal and tasks of the discipline	Unsatisfactory with mandatory re-study of the discipline (F)

The developer of the syllabus of the discipline

Bohdan Semak



Head of the Department

Nataliya Basiy

Appendix to the syllabus (mandatory)

Recommended sources of information for the 2022 – 2023 academic year

Topic	Recommended sources of information on the topic (Basic literature; supporting literature; information resources on the Internet)
1 Topic 1. International marketing: general overview	2 1. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning; 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes, Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 4. MacKenzie Wendy Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 5. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 6. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с. 7. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. 8. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с. 9. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник: / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 10. Пурська І. С., Мальська М. П. Міжнародний маркетинг / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. В. Занько. – К.: Знання, 2012. – 285 с. 11. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін. / за ред. Чеботаря С.І. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015. – 368 с. 12. Абаев А. Л. Международнй маркетинг : учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 362 с. 13. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465 14. Барна М. Ю. Маркетинг і комунікації як фактори екологізації туристичного і готельного бізнесу / М.Ю.Барна, Л.К.Гліненко, Ю.А.Дайновський. - Держава та регіони : науково-виробничий журнал. – Серія: Економіка та підприємництво. – 2020. – № 6 (117). – С. 118 – 124. 15. Басій Н.Ф. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник для вивчення курсу та самостійної роботи студентів

	денної і заочної форм навчання економічних спеціальностей / Басій Н.Ф., Балук Н.Р.; Укоопспілка, Львівська комерційна академія – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 456 с. 16. Дайновський Ю.А. Комунікативні та маркетингові аспекти екоінновацій / Ю.А.Дайновський, Л.К. Гліненко, О.М. Вовчанська. - Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – Вип. 26. - С. 25-30. 17. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php 18. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theiimp.org/marketing-international-association/ 19. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ama.org 20. Data Marketing & Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://thedma.org 21. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org
Topic 2. The choice of foreign markets in the context of the European integration of Ukraine	1. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning, 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes. Sixth Edition – SAGE Publications Ltd. 2021. – 528 p. 4. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 5. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазараки, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с. 6. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с. 7. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. 8. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с. 9. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник: / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 10. Пурська І. С., Мальська М. П. Міжнародний маркетинг / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. В. Занько. – К.: Знання, 2012. – 285 с. 11. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг / Азарян Е.М. [навч. посібник.] – К.: ИСМО МО України, НВФ “Студцентр”, 2012. – 220 с. 12. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін. / за ред. Чеботаря С.І. – Суми: ТОВ «ГД «Папірус», 2015. – 368 с.

	13. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології. Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с. 14. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59. 15. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): http://virl.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465 16. Українська асоціація маркетингу (оційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/ 17. International Institute of Marketing Professionals (IIMPR®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theiimpr.org/marketing-international-association/ 18. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ama.org 19. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://thedma.org 20. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org
Topic 3. Models of entry into the EU markets - the experience of enterprises in the region	1. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning; 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes, Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 4. MacKenzie Wendy Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 5. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 6. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с. 7. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с. 8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. 9. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князєва, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с. 10. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник: / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 11. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін. / за ред. Чеботаря С.І. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015. – 368 с. 12. Абаєв А. Л. Міжнародний маркетинг : учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры / А. Л. Абаєв [и др.] – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 362 с.

	13. Лисица Н. М. Международный маркетинг: учебн. пособ. / Н. М. Лисица, В. Д. Рогожин, В. В. Юрченко. – Х.: Изд. дом «ИНЖЭК», 2004. – 176 с. 14. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59. 15. Семак Б.Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів / Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, – 2019. № 57, С. 19-25 16. Барна М. Ю. Маркетинг і комунікації як фактори екологізації туристичного і готельного бізнесу / М.Ю.Барна, Л.К.Гліненко, Ю.А.Дайновський. - Держава та регіони : науково-виробничий журнал. – Серія: Економіка та підприємництво. – 2020. – № 6 (117). – С. 118 – 124. 17. Басій Н.Ф. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник для вивчення курсу та самостійної роботи студентів денної і заочної форм навчання економічних спеціальностей / Басій Н.Ф., Балук Н.Р.; Укоопспілка, Львівська комерційна академія – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 456 с. 18. Дайновський Ю.А. Комунікативні та маркетингові аспекти екоінновацій / Ю.А.Дайновський, Л.К. Гліненко, О.М. Вовчанська. - Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – Вип. 26. - С. 25-30. 19. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465 20. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/dajnovsky.htm 21. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/ 22. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theiimp.org/marketing-international-association/ 23. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ama.org 24. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://thedma.org 25. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org
Topic 4. International economic environment: aspect	1. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning; 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes, Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 4. MacKenzie Wendy Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 5. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 6. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих

7. навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с.
Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
8. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін. / за ред. Чеботаря С.І. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015. – 368 с.
9. Международный маркетинг: Учебное пособие / Под ред. Проф. Н.А. Нагальтрянца [Романенкова О. Н., Земляк С. В., Каменева Н. Г., Синяева И. М. и др.]. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. – 298 с.
10. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / О.Л. Каніщенко. – К.: Кондор, 2007. – 152 с.
11. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2006. — 224 с.
12. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59.
13. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465>
14. Семак Б. Б. Стан, передумови та чинники розвитку сектору інформаційних технологій в Україні та їх вплив на економічну безпеку держави / Т. Г. Васильців, Б. Б. Семак, В. І. Волошин // Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск № 13. Миколаїв: 2016. – С. 122-125. Фахове видання.
15. Семак Б.Б. Систематизація чинників та загроз фінансово-економічній безпеці підприємства / Б. Б. Семак, М. Б. Паласевич, Т. І. Городинський // Сталій розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. 2017 – №3 – С. 203-207. Фахове видання.
16. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others_dajnovsky.htm
17. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php>
18. Українська асоціація маркетингу (оцінний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/>
19. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association/>
20. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ama.org>
21. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thedma.org>
22. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imanetwork.org>
23. Barna, M., & Semak, B. (2020). Main trends of marketing innovations development of international tour operating. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(5), 33-41. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-33-41>.
24. Семак, Б. Б. (2021). Вплив пандемії Covid-19 на маркетинг туристичних дестинацій. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 1(2), 64-71 <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/903> (Index Copernicus). Фахове видання.
25. Lupak R. L., Vasylytsiv T. G., Mulska O. P., Levytska O. O., Semak B. B., Shtets T. F. Factors of the Development of

	Ukraine's Digital Economy: Identification and Evaluation. Science and Innovation. 2022. № 18(2). P. 44-58. https://doi.org/10.15407/sci.nel18.02.044.
Topic 5. Socio-cultural environment of international marketing	1. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с. 2. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning; 11th edition, 2022. – 720 p. 3. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 4. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes, Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 5. MacKenzie Wendy Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 6. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 7. За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 8. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с. 9. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг / Азарян Е.М. [навч. посібник.] – К.: ИСМО МО України, НВФФ “Студцентр”, 2012. – 220 с. 10. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с. 11. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2006. — 224 с. 12. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59. 13. Семак Б.Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів /Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, – 2019. № 57.С. 19-25 14. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465 15. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others_dajnovsky.htm 16. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php 17. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/ 18. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theiimp.org/marketing-international-association/

	19. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ama.org 20. Data Marketing & Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://thedma.org 21. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org 22. Barna, M., & Semak, B. (2020). Main trends of marketing innovations development of international tour operating. <i>Baltic Journal of Economic Studies</i>, 6(5), 33–41. https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-33-41. 23. Семак, Б. Б. (2021). Вплив пандемії Covid-19 на маркетинг туристичних дестинацій. <i>Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі</i>, 1(2), 64–71 http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/903 (Index Coremicus), Фахове видання.
Topic 6. International political and legal environment	1. Czinkota Michael R. <i>International Marketing</i> / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning; 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. <i>Global Marketing</i> / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. <i>Global Marketing and Advertising, Understanding Cultural Paradoxes</i>, Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 4. MacKenzie Wendy Pease. <i>The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits</i> – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 5. Kotabe Masaaki (Mike). <i>Global Marketing Management</i> / Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 6. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с. 7. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с. 8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. 9. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с. 10. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник: / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 11. Дікарєв, О. І. Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливноенергетичних ресурсів): навч. посіб. / О. І. Дікарєв. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. – 254 с. 12. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / О.Л. Каніщенко. – К.: Кондор, 2007. – 152 с. 13. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2006. — 224 с. 14. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59. 15. Семак Б.Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів / Вісник

	Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, – 2019. № 57, С. 19-25 16. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465 17. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/dainovsky.htm 18. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php 19. Українська асоціація маркетингу (оіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/ 20. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theiimp.org/marketing-international-association/ 21. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ama.org 22. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://thedma.org 23. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org
Topic 7. Segmentation of the world market	1. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазараки, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с. 2. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с. 3. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning, 11th edition, 2022. – 720 p. 4. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 5. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes, Sixth Edition – SAGE Publications Ltd. 2021. – 528 p. 6. MacKenzie Wendy Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 7. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. 9. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с. 10. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник: / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 11. Пурська І. С., Мальська М. П. Міжнародний маркетинг / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. В. Занько. – К.: Знання, 2012. – 285 с. 12. Дікарев, О. І. Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливноенергетичних ресурсів): навч. посіб. / О. І.

	Дікарев. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. – 254 с. 13. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / О.Л. Каніщенко. – К.: Кондор, 2007. – 152 с. 14. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2006. — 224 с. 15. Моисеева Н.К. Международный маркетинг: Учеб. пособие. / Н.К. Моисеева. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. – 320с. 16. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59. 17. Семак Б.Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів / Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, – 2019. № 57, С. 19-25 18. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТРЕУ): http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465 19. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others_dajnovsky.htm 20. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php 21. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/ukr/ 22. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theiimp.org/marketing-international-association/ 23. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ama.org 24. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org 25. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org 26. Barna, M., & Semak, B. (2020). Main trends of marketing innovations development of international tour operating. <i>Baltic Journal of Economic Studies</i>, 6(5), 33-41. https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-33-41. 27. Семак, Б. Б. (2021). Вплив пандемії Covid-19 на маркетинг туристичних дестинацій. <i>Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі</i>, 1(2), 64-71 http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/903 (Index Copernicus), Фахове видання.
Topic 8. International marketing research	1. Czinkota Michael R. <i>International Marketing</i> / Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen, Annie Cui – Cengage Learning, 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. <i>Global Marketing</i> / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge: 5th Edition, Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. <i>Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes</i>. Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 4. MacKenzie Wendy Pease. <i>The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC</i>, 2021. – 200 p. 5. Kotabe Masaaki (Mike). <i>Global Marketing Management</i> / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley,

2021. – 768 р.

6. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
7. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с.
8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с.
9. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
10. Пурська І. С., Мальська М. П. Міжнародний маркетинг / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. В. Занько. – К.: Знання, 2012. – 285 с.
11. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг / Азарян Е.М. [навч. посібник.] – К.: ИСМО МО України, НВФ “Студцентр”, 2012. – 220 с.
12. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Бабічева О.І. та ін. / за ред. Чеботаря С.І. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2015. – 368 с.
13. Дікарев, О. І. Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливноенергетичних ресурсів): навч. посіб. / О. І. Дікарев. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. – 254 с.
14. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / О.Л. Каніщенко. – К.: Кондор, 2007. – 152 с.
15. Лисица Н. М. Международный маркетинг: учебн. пособ. / Н. М. Лисица, В. Д. Рогожин, В. В. Юрченко. – Х.: Изд. дом «ИНЖЭК», 2004. – 176 с.
16. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59.
17. Семак Б.Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів /Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, – 2019. № 57,С. 19-25
18. Семак Б.Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б.Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): <http://vmt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465>
19. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/dajnovsky.htm
20. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php>
21. Українська асоціація маркетингу (оіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/>
22. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association/>
23. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ama.org>
24. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thedma.org>

Topic 9. Development of the international marketing mix	25. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://imanetwork.org 1. Czinkota Michael R. International Marketing / Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen. Annie Cui – Cengage Learning; 11th edition, 2022. – 720 p. 2. Gillespie Kate. Global Marketing / Kate Gillespie, K. Scott Swan – Routledge; 5th Edition. Kindle Edition, 2021. – 666 p. 3. Marieke de Mooij. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes. Sixth Edition – SAGE Publications Ltd, 2021. – 528 p. 4. MacKenzie Wendy Pease. The Language of Global Marketing: Translate Your Domestic Strategies into International Sales and Profits – Rapport International LLC, 2021. – 200 p. 5. Kotabe Masaaki (Mike). Global Marketing Management / Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, 8 th Edition – Wiley, 2021. – 768 p. 6. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с. 7. Козак Ю. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. навчальний посібник / Ю. Козак, М. Барановська, С. Смичек – Центр навчальної літератури, 2019. – 302 с. 8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. 9. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с. 10. Міжнародний маркетинг. – Навчальний посібник: / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко – Київ : «Центр учбової літератури», 2014 – 294 с. 11. Пурська І. С., Мальська М. П. Міжнародний маркетинг / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. В. Занько. – К.: Знання, 2012. – 285 с. 12. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с. 13. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг / Азарян Е.М. [навч. посібник.] – К.: ИСМО МО України, НВФ «Студцентр», 2012. – 220 с. 14. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с. 15. Дікареєв, О. І. Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливноенергетичних ресурсів): навч. посіб. / О. І. Дікареєв. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. – 254 с. 16. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2006. – 224 с. 17. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку / Інфраструктура ринку – 2019. – № 31. – С. 52-59. 18. Семак Б.Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів /Вісник
---	---

- Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, – 2019. № 57, С. 19-25
19. Семак Б. Б. Дистанційний курс "Міжнародний маркетинг" / Б. Б. Семак [Електронний ресурс]. – Режим доступу (Веб-центр ЛТЕУ): <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=465>
 20. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/dajnovsky.htm
 21. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php>
 22. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/>
 23. International Institute of Marketing Professionals (IIMP®) (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association/>
 24. American Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ama.org>
 25. Data Marketing&Analytics (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thedma.org>
 26. Internet Marketing Association (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imanetwork.org>
 27. Barna, M., & Semak, B. (2020). Main trends of marketing innovations development of international tour operating. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(5), 33-41. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-33-41>.
 28. Семак, Б. Б. (2021). Вплив пандемії Covid-19 на маркетинг туристичних дестинацій. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 1(2), 64-71 <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/903> (Index Copernicus), Фахове видання.
 29. Lupak R. L., Vasylytsiv T. G., Mulska O. P., Levytska O. O., Semak B. B., Shtets T. F. Factors of the Development of Ukraine's Digital Economy: Identification and Evaluation. *Science and Innovation*. 2022. № 18(2). P. 44-58. <https://doi.org/10.15407/sci ne18.02.044>.