

## ГЛОБАЛЬНА ЕКОНОМІКА

**Мета вивчення дисципліни** - є формування у студентів системи знань щодо теоретичних засад глобалізації в сфері маркетингу; розуміння умов і факторів становлення, механізмів функціонування глобалізації в маркетинговій діяльності підприємства; надання універсального інструментарію для аналізу глобальних економічних та маркетингових явищ; усвідомлення своєї інтелектуальної місії для прийняття збалансованих маркетингових рішень у контексті загально цивілізаційного прогресу.

**Завдання дисципліни** вивчення:

- природи й закономірностей становлення глобального маркетингу на підприємствах;
- засобів і потенціалу регулювання глобальних маркетингових процесів; механізмів функціонування глобальних ринків;
- сучасних стратегій конкурентного лідерства глобальних корпорацій; процесів і моделей маркетингової регіоналізації в глобальних умовах;
- ресурсного потенціалу глобальної економіки;
- цивілізаційних вимірів глобальних економічних та маркетингових процесів;
- напрямів і пріоритетів розвитку маркетингової діяльності на підприємстві.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- сутність чинників глобалізації, форм прояву глобалізації на сучасному етапі розвитку.

**вміти:**

- визначати регулятивні пріоритети формування сучасної міжнародної економічної політики;
- аналізувати ключові глобальні проблеми економічного розвитку за допомогою цивілізаційного виміру глобальних економічних процесів;
- оцінювати проблеми розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації.

**Зміст дисципліни.**

Тема 1. Економічна природа глобальних трансформацій в маркетингу.

Тема 2. Становлення глобальної економіки в сфері маркетингу.

Тема 3. Регулятивні інститути глобальної економіки.

Тема 4. Маркетингова діяльність глобальних компаній.

Тема 5. Механізми маркетингового функціонування глобальних ринків.

Тема 6. Конкурентне лідерство глобальних корпорацій.

Тема 7. Технологічний ресурс глобального економічного розвитку маркетингового відділу.

Тема 8. Маркетологи як людський ресурс глобальної економіки.

Тема 9. Процеси регіоналізації в глобальній економіці.

Тема 10. Цивілізаційні виміри глобальних маркетингових процесів.

Тема 11. Глобальний контекст розвитку українського підприємства та відділу (служби) маркетингу.