

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Цикл: фахової підготовки для спеціальності 075 «Маркетинг»

Статус: вибіркової освітній компонент

Курс 2, 3 семестр.

Мета вивчення дисципліни – полягає у дослідженні системи міжнародної маркетингової діяльності, з вивченням особливостей функціонування міжнародних ринків та можливостей впливу на його учасників..

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

- здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;

- здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування;

- здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;

- вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними;

- формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта;

- формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Зміст та завдання міжнародного маркетингу.

Тема 2. Середовище міжнародного маркетингу.

Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження.

Тема 4. Сегментація, вибір зарубіжного цільового ринку та позиціонування на міжнародному ринку.

Тема 5. Моделі виходу підприємства на зовнішні ринки.

Тема 6. Товарна політика на зовнішніх ринках.

Тема 7. Збутова політика в системі міжнародного маркетингу.

Тема 8. Цінова політика в системі міжнародного маркетингу.

Тема 9. Міжнародні маркетингові комунікації.

Тема 10. Менеджмент міжнародної маркетингової діяльності.

Викладацький склад:

Лектор: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Шумкова О.В.

Викладач практичних занять: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Шумкова О.В.

Тривалість: 5 кредити ECTS, 12 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролю, підсумковий контроль – залік.