

## АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

**Вибірковий компонент** фахової підготовки за ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти  
**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 до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;
- здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі;
- здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків;
- здатність управління товарною інноваційною та рекламною діяльністю підприємства, політикою розподілу та логістичною діяльністю, на основі впровадження маркетингових технологій прикладного наукового дослідження.

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

- планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;
- розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації;
- використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;
- консультувати працівників аграрних підприємства з питань торговельно-збутової, комунікаційної, асортиментної, логістичної, інноваційної, стратегічної та цінової діяльності підприємства; вміти організовувати товарні, фінансові, інформаційні потоки у ринкових каналах розподілу.

### 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 Мусієнко В.І.

**Викладач практичних занять:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Мусієнко В.І.

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

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