



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні в студентів сучасного погляду на міжнародну маркетингову діяльність, розумінні суті, цілей, методів підприємницької діяльності на зарубіжних ринках.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: основні норми ділової практики маркетингового забезпечення міжнародного підприємництва; специфічні риси політико-правового, економічного, соціокультурного та інформаційно-технологічного середовища міжнародного маркетингу; різновиди та процес проведення міжнародних маркетингових досліджень; підходи до проведення міжнародної сегментації та умови успішного позиціонування; процес розробки міжнародної маркетингової стратегії; функціональні напрямки міжнародної маркетингової діяльності підприємств.

ВМІТИ: використовувати методичні підходи прийняття управлінських рішень у сфері міжнародного маркетингу; відбирати найбільш придатні форми і методи виходу компаній на зарубіжні ринки; розробляти пропозиції щодо міжнародної товарної, цінової політики, політики розподілу та політики просування підприємства; застосовувати аналітичні прийоми оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності.

3. Перелік компетенцій, яких набуває студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

5. Здатність працювати в міжнародному контексті.

6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

7. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

8. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

9. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

10. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії.

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетингологам для набуття практичних вмінь у сфері міжнародного маркетингу для підвищення ефективності діяльності підприємств на закордонних ринках. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності та інструментів міжнародного маркетингу.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Методологія міжнародного маркетингу.

2. Середовище міжнародного маркетингу.

3. Міжнародна конкуренція і конкурентоспроможність.

4. Міжнародні маркетингові дослідження.

5. Сегментація міжнародних ринків.

6. Розробка міжнародної маркетингової стратегії.

7. Функціональні напрямки міжнародної маркетингової діяльності підприємств.

8. Управління міжнародним маркетингом.