

## АНОТАЦІЯ

<b>Назва дисципліни</b>	Міжнародний маркетинг
<b>Освітня програма</b>	Економічна кібернетика
<b>Компонент освітньої програми</b>	Вибірковий
<b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b>	3 кредити / 90 годин
<b>Вид підсумкового контролю</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Викладач</b>	Панюк Тетяна Петрівна
<b>CV викладача на сайті кафедри</b>	<a href="https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/121-personalii/1248-paniuk-tetiana-petrivna">https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/121-personalii/1248-paniuk-tetiana-petrivna</a>
<b>E-mail викладача:</b>	tetiana.paniuk@rshu.edu.ua

### Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» є отримання здобувачами вищої освіти знань з теоретичних і методологічних основ організації міжнародного маркетингу та практичних навичок їх використання в економічній діяльності організацій за межами національних кордонів.

Предметом курсу «Міжнародний маркетинг» є процес формування міжнародної маркетингової діяльності на підприємствах і прийняття рішень стосовно роботи підприємств на зарубіжних ринках з урахуванням маркетингової складової.

Основними **завданнями** освітньої компоненти «Міжнародний маркетинг» є:  
-формування правильного уявлення про сучасні форми маркетингової діяльності та можливості їх використання в міжнародній ринковій діяльності підприємств;  
-опанування студентами змісту та форм міжнародного маркетингу;  
-методів вивчення міжнародного маркетингового середовища і методики маркетингового дослідження; критеріїв вибору зарубіжних ринків та їх сегментації;  
-формування елементів міжнародного маркетингового комплексу.

### Зміст навчальної дисципліни

#### Модуль I

#### Змістовий модуль 1. Середовище міжнародного маркетингу

- Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу.
- Тема 2. Міжнародні маркетингові дослідження.
- Тема 3. Сегментація та вибір зарубіжного цільового ринку.
- Тема 4. Моделі та стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки, зв'язок з креативною економікою.
- Тема 5. Товарна політика на зовнішніх ринках.
- Тема 6. Збутова політика в системі міжнародного маркетингу.
- Тема 7. Міжнародні маркетингові комунікації.
- Тема 8. Цінова політика в системі міжнародного маркетингу.