

АНОТАЦІЯ

| | |
|---|---|
| Назва дисципліни | Міжнародний маркетинг |
| Освітня програма | Маркетинг |
| Компонент освітньої програми | Вибірковий |
| Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни | 3 кредити / 90 годин |
| Вид підсумкового контролю | залік |
| Мова викладання | Українська |
| Викладач | Панюк Тетяна Петрівна, професор кафедри економіки та управління бізнесом |
| CV викладача на сайті кафедри | https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/121-personalii/1248-paniuk-tetiana-petrivna |
| E-mail викладача: | 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.