

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

Мета: надання здобувачам вищої освіти широких теоретичних, практичних знань і вмінь щодо навичок у галузі маркетингової діяльності на світових товарних та регіональних ринках, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі; допомогти студентам здобути знання щодо сучасної концепції міжнародного маркетингу та умов, механізмів та інструментів її використання в діяльності міжнародних підприємств.

Завдання: формування системи знань про теоретичні засади аналізу міжнародного маркетингового середовища та оцінювання його привабливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності; визначення основних складових та особливостей побудови маркетингової політики підприємства на міжнародних ринках; вивчення особливостей здійснення різноманітних міжнародних маркетингових стратегій; розуміння специфіки збутової політики на міжнародних ринках.

Предмет дисципліни: процес формування міжнародної маркетингової діяльності на підприємствах і прийняття рішень стосовно роботи підприємств на зарубіжних ринках з урахуванням маркетингової складової.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Тема 1. Теоретичні аспекти міжнародного маркетингу .

Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище.

Тема 3. Дослідження світових ринків в міжнародному маркетингу.

Тема 4. Маркетингові стратегії на зарубіжному ринку.

Тема 5. Товарна політика у міжнародному маркетингу.

Тема 6. Ціноутворення у міжнародному маркетингу.

Тема 7. Засоби просування продукту на зарубіжний ринок.