



Міжнародний маркетинг

Minor «Маркетинг у міжнародній торгівлі»

Спеціальності: C1 Економіка та міжнародні економічні відносини,
D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок,
D3 Менеджмент, D4 Публічне управління та адміністрування, D5 Маркетинг

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)		
Статус дисципліни	вибіркова (Minor.Дисципліна 1)		
Обсяг дисципліни	150 годин/ 5 кредитів ЄКТС		
Мова викладання	українська		
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Вивчення сутності й форм міжнародного маркетингу, методів дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища маркетингової діяльності; засвоєння методичних засад проведення міжнародних маркетингових досліджень, сегментації селевого ринку та вибору цільових ринків, обґрунтування моделей виходу фірм на закордонні ринки, формування ефективного маркетингового комплексу		
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Курс спрямований на розвиток у студентів формування та засвоєння теоретичних знань і набуття практичних навичок щодо міжнародного маркетингу, зокрема, щодо формування міжнародної маркетингової стратегії, здійснення планування виходу на міжнародний ринок сучасних організацій		
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	У результаті вивчення навчальної дисципліни буде отримано: – здатність описувати міжнародні економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати; – здатність застосовувати міжнародні моделі для вирішення економічних задач; – здатність застосовувати комп'ютерні технології обробки даних для вирішення міжнародних маркетингових завдань, здійснення аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів; – здатність прогнозувати події на міжнародних ринках – здатність використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування маркетингових рішень; – здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення; – здатність визначати сегментацію міжнародних ринків, структуру попиту та пропозиції; – здатність проводити аналіз функціонування та розвитку міжнародних суб'єктів господарювання, стану функціональних підсистем підприємств, організацій та установ		
Пререквізити	Маркетинг		
Організація навчання	Види занять: лекції, практичні заняття. Форми здобуття освіти: очна (денна). Форми контролю: поточний (теоретичні опитування й розв'язання практичних завдань) та підсумковий (семестровий) контроль (залік)		
Кафедра	Економіки та публічного управління		
Факультет	Програмної інженерії та бізнесу		
Викладач		ПІБ	
		Посада	
		Науковий ступінь	
		e-mail	
		Персональна сторінка	
Посилання на електронні матеріали курсу	http://library.khai.edu/library/fulltexts/doc/_001D5_Infrastruktura.pdf https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=8631		
Посилання на силабус	https://khai.edu/files/uploads/vibirkovi/magistri/minor/s_m_6f_mizhnarodniy-marketing_minor-s.pdf		