

Назва Маркетинг у сфері міжнародних послуг

Шифр. МД 1.2

Тип Вибіркова

Рік навчання 2019 – 2020

Семестр I

Кількість кредитів ЄКТС – 5

ПІБ викладачів Лисиця Н.М.

Результати навчання

Виділяти специфічні особливості міжнародного маркетингу. Вміти забезпечувати презентації як форми просування міжнародних послуг. Проектувати етапи міжнародного маркетингового дослідження. Визначати етапи процесу сегментації світових ринків, фактори сегментації споживачів міжнародних послуг. Втілювати модель ABCD для успішного отримання прибутку. Використовувати основні стратегії виходу на ринки міжнародних послуг. Розрізняти моделі поведінки споживачів міжнародних послуг. Збирати необхідну інформацію про конкурентів, що діють на зовнішньому ринку. Використовувати моделі споживчої поведінки як основи для вибору маркетингової стратегії. Вибирати модель оцінки цінності міжнародної послуги.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг»

Зміст. Поняття сутності міжнародного маркетингу і його специфіки у сфері послуг. Маркетинг у сфері міжнародних послуг. Модель оцінки цінності міжнародних послуг. Міжнародне маркетингове середовище. Моделі споживчої поведінки як основа вибору маркетингової стратегії. Просування міжнародної послуги на основі вибраної маркетингової політики. Психологічний вплив на сегменти споживачів у процесі управління міжнародними послугами.

Рекомендовані джерела

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учебник для студ. вузов / И.Л. Акулич. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2007. – 320 с.

2. Амблер, Т. Практический маркетинг: учебник/ Т. Амблер — СПб.: Издательство «Питер», 2010. — 400 с.

3. Беленов О.М. Практикум по международному маркетингу / О.Н. Беленов. – 2-е изд. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 224 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://books.google.com.ua/books?isbn=5457400719>

4. Карпова С.В. Практикум по международному маркетингу – 2-е изд. — М.: Кнорус, 2013. — 200 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://books.google.com.ua/books?isbn=5392137962>

5. Котлер Ф., Армстронг Г. «Основы маркетинга», 9 -е изд.: Пер. с англ. - М.: Издательский дом « Вильямс», 2005. - 1200 с.

6. Ламбен Жак-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок./ Перевод с англ. под ред. В.Б.Колчанова – Спб.: Питер, 2005. – 800 с.

7. Лисица Н.М., Рогожин В.Д., Юрченко В.В. Международный маркетинг: Учебное пособие. – Х.: Издательский дом «ИНЖЕК», 2004. – 176 с.

8. Маркетинг: Навчальний посібник / Орлов П.А., Косенков С.І., Прохорова Т.П. та ін. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2012. - 528 с.

Методи навчання

Комунікативні методи навчання на практичних заняттях, кейси, проблемні ситуації, семінари-дискусії, презентації.

Методи оцінювання

- поточний контроль (тестування, опитування, індивідуальні завдання, контрольна робота);

- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання. Українська