

**Назва.** Методологія міжнародного маркетингу, сучасний інструментарій

**Шифр.** 11120

**Тип.** Професійна вибіркова

**Рік навчання.** 2018-2019

**Семестр.** 1

**Кількість кредитів ЄКТС.** 5

**ПІБ викладачів:** Лисиця Н.М.

**Результати навчання.**

Здатність до аналітичної діяльності у сфері міжнародного маркетингу. Засвоєння основ знань щодо міжнародної маркетингової діяльності. Знання другої мови при опрацюванні іншомовних джерел. Вміння критично мислити і генерувати креативні ідеї та вирішувати важливі проблеми на інноваційній основі. Бути обізнаним до культурного різноманіття народів. Вміти визначати специфічні особливості міжнародного маркетингу. Вміти проводити міжнародні маркетингові дослідження та здійснювати сегментацію світових ринків. Визначати основні стратегії виходу на закордонний ринок, їх характеристику. Відрізняти критерії вибору способу виходу на закордонні ринки. Здійснювати стимулювання збуту товару на закордонних ринках, використовувати міжнародні товарні стратегії. Робити правильний вибір критерію сегментації цільового зовнішнього ринку. Збирати необхідну інформацію про конкурентів, що діють на зовнішньому ринку. Робити правильний вибір стратегії виходу на закордонні ринки. Збирати необхідні дані для обґрунтування рішення про вихід на зовнішній ринок. Планувати міжнародну маркетингову діяльність на підприємств. Узагальнювати інформацію про цільові закордонні ринки. Адаптувати комплекс маркетингу до закордонних ринків;

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** Економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка, світова економіка та МЕН, маркетинг, міжнародні організації, міжнародний маркетинг

**Зміст.** Теоретичні та методичні основи міжнародного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище. Міжнародні маркетингові дослідження. Аналіз міжнародної конкуренції. Організація та регулювання міжнародної маркетингової діяльності. Організаційні форми виходу на міжнародні ринки. Маркетингове забезпечення міжнародних торговельних операцій. Міжнародні товарні біржі. Аукціонна торгівля. Міжнародна торгівля ліцензіями та ноу-хау. Сегментація світового ринку. Особливості товарної політики в міжнародному маркетингу. Цінова політика в міжнародному маркетингу. Збутова політика у міжнародному маркетингу. Комунікаційна політика в міжнародному маркетингу. Брендинг в міжнародному маркетингу. Управління міжнародним маркетингом. Інновації в міжнародному маркетингу.

**Рекомендовані джерела.**

1. Закон України : О внешнеэкономической деятельности (с изм . и доп.) // Ведомости Верховной Рады Украины (ВВР). – 1991. - № 29. – ст. 337

[Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

2. Закон України : О режиме иностранного инвестирования (с изм . и доп.) // Ведомости Верховной Рады Украины (ВВР). - 1996. - N 19. - ст. 80 [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/93/96>

3. ИНКОТЕРМС-2010 / INCOTERMS-2010 [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <http://pact.com.ua/incoterms.html>

4. Азарян Е.М., Жукова Н.Л., Шубин А.А. Международный маркетинг. - К.: ИСМО МО Украины, НВОР «Студцентр», 2006. - 344 с.

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

6. Алексунин В.А. Международный маркетинг. Учебное пособие. – М.: Издательский дом «Дашков и К°», 2000. – 160 с.

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

8. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: навч. посібн. – 2-ге вид., переробл. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. – 152 с.

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

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

11. Притыченко Т.И. Международный маркетинг. Учебное пособие. – Х.: ИНЖЕК, 2005. – 318 с.

12. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: навч. посібн. – К.: КНЕУ, 1998. – 120 с.

#### **Методи навчання.**

Лекції, практичні та семінарські заняття, семінари-дискусії, ділові ігри, презентації.

#### **Методи оцінювання.**

поточний контроль (тестування, опитування, інтерактивне опитування, індивідуальне завдання, контрольна робота)

підсумковий контроль (залік)

**Мова навчання.** Українська