

**Назва.** Міжнародний маркетинг

**Тип.** Базова

**Рік навчання.** 2021–2022

**Семестр.** 6.

**Кількість кредитів ЄКТС.** 5.

**ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Шталь Т.В., д.е.н., професор.

**Результати навчання.**

здатність оцінювати стан системи міжнародного маркетингу;  
вміння описувати та аналізувати міжнародне маркетингове середовище діяльності;

вміння здійснювати вибір методичного інструментарію для аналітичного дослідження міжнародних ринків;

здатність визначати цільові сегменти маркетингової діяльності підприємства на міжнародному ринку, вміння розробляти модель поведінки споживачів;

вміння формувати товарну стратегію підприємства на зовнішньому ринку;

здатність визначати тип упаковки та сервіс товару на міжнародному ринку;

вміння обґрунтовувати рішення щодо цінової стратегії на зовнішньому ринку;

здатність оцінювати канали розподілу підприємства на міжнародному ринку;

вміння розробляти ефективну міжнародну рекламну програму підприємства, визначати цільові групи зв'язків з громадськістю, обґрунтовувати методи стимулювання збуту;

вміння розробляти план міжнародного маркетингу;

здатність визначати організаційну структуру управління міжнародною маркетинговою діяльністю;

вміння здійснювати оцінку ефективності міжнародної маркетингової діяльності;

здатність визначити способи подолання культурних бар'єрів та аналізувати особливості міжнародного маркетингу за сучасних умов.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Статистика»

**Зміст.**

Теоретичні засади міжнародного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект, соціально-культурне та політико-правове середовище. Міжнародні маркетингові дослідження. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика. Міжнародна цінова політика.

Міжнародні канали розподілу. Міжнародні маркетингові комунікації. Управління міжнародною маркетинговою діяльністю. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу. Принципи реалізації міжнародного маркетингу в Україні.

### **Рекомендовані джерела.**

1. Азарян, Е. М. Международный маркетинг: учеб.-практ. пособие / Е. М. Азарян. – К. : ИСМО МО Украины, НВФ «Студцентр», 2008. – 200 с.
2. Козак Ю. Г. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навч. посіб. в питаннях та відповідях / Козак Ю. Г. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 302 с.
3. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / За ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Літовченко. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 294 с.
4. Пурська І. С. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / І. С. Пурська, М. П. Мальська, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2012. – 285 с.
5. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / П. О. Черномаз. – К. : Академвидав, 2010. – 272 с.
6. Барановська М. І. Міжнародний маркетинг. – К. : ЦУЛ, 2013. – 302 с.
7. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О. Л. Каніщенко. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
8. Келлер К. Л., Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб : Питер, 2014. – 800 с.
9. Лисица Н. М. Международный маркетинг: учеб. пособие / Н. М. Лисица, В. Д. Рогожин, В. В. Юрченко. – Х. : Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004. – 176 с.
10. Маджаро С. Международный маркетинг / С. Маджаро. – М. : Международные отношения, 2005. – 264 с.
11. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. / І. О. Піддубний, І. Е. Астахова, Л. М. Бондаренко та ін. / За редакцією проф. І. О. Піддубного. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2004. – 252 с.
12. Мозговий О. М. Товарна політика і планування товару в міжнародному маркетингу / О. М. Мозговий. – К. : КДЕУ, 2005. – 126 с.
13. Мозговий О. М. Стратегія виходу на зовнішній ринок / О. М. Мозговий. – К. : КДЕУ, 2005. – 221 с.
14. Новицкий В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг / В. Е. Новицкий. – К. : Либра, 2005. – 190 с.
15. Ноздрева Р. Б. Международный маркетинг : учебник / Р. Б. Ноздрева. – М. : Экономиста, 2005. – 990 с.
16. Павленко А. Ф., Войчак А. В., Решетнікова І. Л. Маркетинг. – К. : КНЕУ, 2010. – 600 с.
17. Пономаренко В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луковский. – Х. : ХГЭУ, 2002. – 252 с.

**Методи навчання.**

Лекції та практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

**Методи оцінювання:**

- поточний контроль (домашні завдання, опитування, поточні контрольні роботи, есе, ІНДЗ);
- колоквіум;
- підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання.** Українська.