

Назва. Міжнародний маркетинг

Тип. Базова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 6.

Кількість кредитів ЄКТС. 4.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада Притиченко Т.І., к.е.н., доцент

Результати навчання:

- виявляти розуміння сутності сучасного міжнародного маркетингу;
- використовувати інструменти міжнародного маркетингу в діяльності підприємства;
- формувати міжнародного політику ціноутворення;
- організувати та планувати міжнародний маркетинг.

Обов’язкові попередні навчальні дисципліни. "Макроекономіка", "Мікроекономіка", "Економіка підприємства", "Маркетинг", "Маркетингові дослідження".

Зміст. Теоретичні та методичні основи міжнародного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище. Міжнародні маркетингові дослідження. Сегментація світового ринку. Вибір зовнішніх ринків та способу виходу на зарубіжні ринки. Особливості товарної політики в міжнародному маркетингу. Міжнародна політика ціноутворення. Міжнародна політика розподілу та збуту. Міжнародні маркетингові комунікації. Організація та планування міжнародного маркетингу.

Рекомендовані джерела.

1. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка»», 2004. – 152 с.
2. Лисица Н.М., Рогожин В.Д., Юрченко В.В. Международный маркетинг: Учебное пособие. – Х.: Издательский дом «ИНЖЕК», 2004. – 176 с.
3. Притыченко Т.И. Международный маркетинг. Учебное пособие. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 2008 с.

Методи навчання.

Лекції, практичні заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (активність роботи на лекції; експрес-опитування, поточна контрольна робота);
- контрольна робота;
- підсумковий контроль (залік).

Мова навчання. Українська.