

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

	дисципліна «Міжнародний маркетинг»
	Дисципліна вільного вибору першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (управлінсько-адміністративного спрямування)
Відеозвернення:	
Спеціальності:	Для ОП 075 «Маркетинг»
Мова викладання:	Українська
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна):	5-50
Семестр, в якому викладається:	7
Кількість: кредитів ЄКТС академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо)	3 кредити 90 годин, в т.ч. 18 год. лекцій, 26 год. практичних занять, 46 год. самостійної роботи
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань:	Диференційований залік
Кафедра, що забезпечує викладання:	Підприємництва та маркетингу
Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження):	Устенко А.О., д.е.н., проф.
Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно):	Вивчення даної дисципліни базується на попередньому освоєнні таких нормативних дисциплін «Основи інтернет-маркетингу», «Маркетинг» тощо.
Перелік компетентностей, яких набує студент після опанування даної дисципліни:	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:	Можуть займати посади, серед яких: керівник маркетингової служби підприємства, маркетолог, мерчендайзер, промоутер, PR-менеджер, ринковий аналітик, Помічник директора малого підприємства за видами економічної діяльності, з надання послуг (консалтингової, страхової, рекламної тощо); помічник керівника агентства: страхового, нерухомості, рекламного тощо; помічник директора малої торговельної фірми; керівник магазину; комерсант; завідувач торговельного залу; менеджер у роздрібній та оптовій торгівлі; менеджер ресторану,

	кафе, бару, підприємств з приготування та доставки готових страв.
особливості навчання на курсі:	Курс орієнтований переважно на практичне оволодіння відповідними навичками, уміннями, а не на високий рівень академічно-теоретичних знань.
Матеріально-технічне забезпечення:	Мультимедійні аудиторії, ноутбук
Лінк на дисципліну:	
Стислий опис дисципліни:	Мета дисципліни - отримання студентами знань щодо основ формування та розвитку сфери міжнародного маркетингу, оволодіння аналітичними і практичними навичками, пов'язаними з реалізацією стратегій міжнародного бізнесу, а також дослідженням та прогнозуванням економічних пріоритетів його функціонування, як у світовому господарстві, так і в економіці України. Завдання: - з'ясувати сутність міжнародного маркетингу в епоху глобалізації; - обґрунтувати особливу роль культури у формуванні міжнародного маркетингу; - розкрити вплив інтернаціоналізації бізнесу на розвиток міжнародних компаній; - пояснити місце та роль багатонаціональних компаній у системі міжнародного маркетингу; - пояснити студентам базові стратегії міжнародних компаній; - розкрити організаційні аспекти розвитку міжнародних компаній; - обґрунтувати основні способи виходу фірми на зарубіжні ринки; - пояснити внутрішні і зовнішні компоненти формування діяльності міжнародної компанії.