

## АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назва поля	Опис
1.	Назва дисципліни	<b>Міжнародний маркетинг</b>
2.	Статус	вибіркова
3.	Спеціальності	051 Економіка / Міжнародна економіка
4.	Мова викладання	Українська/англійська
5.	Семестр, в якому викладається	4
6.	Кількість: - кредитів ЄКТС - академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота, тощо)	<b>3,0 кредити</b> <b>90 годин</b> (18 год – лекцій, 18 год – практичні заняття, 54 год – самостійна робота)
7.	Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік
8.	Кафедра, що забезпечує викладання	Кафедра підприємництва та маркетингу
9.	Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження)	<b>Перезовова Ірина Володимирівна</b> , д.е.н., професор кафедри ПІМ
10.	Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно)	Особливих вимог немає
11.	Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни	<p>Формування цілісної уяви про специфіку міжнародної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Загальні:</b></p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.</p> <p><b>Спеціальні (фахові, предметні):</b></p> <p>СК1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях.</p> <p>СК5. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.</p> <p>СК6. Здатність застосовувати економіко-</p>

## АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

		<p>математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.</p> <p>СК8. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудова відносин.</p> <p>СК11.Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.</p> <p>СК12.Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p>
13.	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	<p>Можуть займати посади, визначені освітньо-професійною програмою «Міжнародна економіка» та Класифікатору професій ДК 003:2010 та ISO 08, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 342 Агенти з комерційного обслуговування таторгівельні брокери</li> <li>- 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів</li> <li>- 3422 Агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції</li> <li>- 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери</li> <li>- 3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій</li> <li>- 3436.2 Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів</li> <li>- 3436.3 Помічники керівників малих підприємств без апарату управління</li> <li>- 5 Працівники сфери торгівлі та послуг</li> <li>- 51 Персонал, що надає прями послуги приватним особам</li> <li>- 52 Комерсанти та продавці</li> </ul>
14.	Особливості навчання на курсі	<p>Використання мультимедійних лекцій, відпрацювання практичних занять – опрацювання і здача кейсів та практичних ситуацій за пропущеною тематикою, підготовка та захист презентацій</p>
15.	Стислий опис дисципліни	<p>Метою вивчення дисципліни «Міжнародний маркетинг» є розуміння діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки, зокрема, комплексу</p>

## АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

		<p>заходів щодо організації виробництва та збуту продукції, надання послуг, орієнтованих на задоволення потреб конкретних зарубіжних споживачів на основі дослідження й прогнозування міжнародних ринків.</p> <p>В результаті вивчення дисципліни «Міжнародний маркетинг» передбачено оволодіння теорією та практикою міжнародної комерційної справи, ведення бізнесу з урахуванням особливостей конкретних ринків і змін ринкової кон'юнктури. В процесі вивчення дисципліни буде охоплені питання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Зміст та завдання міжнародного маркетингу</li> <li>2.Середовище міжнародного маркетингу</li> <li>3.Міжнародні маркетингові дослідження</li> <li>4.Сегментація та вибір зарубіжного цільового ринку</li> <li>5.Моделі виходу підприємства на зовнішні ринки</li> <li>6.Товарна політика на зовнішніх ринках</li> <li>7.Збутова політика в системі міжнародного маркетингу</li> <li>8.Міжнародні маркетингові комунікації</li> <li>9.Цінова політика в системі міжнародного маркетингу</li> </ol>
16.	Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна-максимальна)	1-100 осіб – лекційні заняття, 1-20осіб - практичні заняття