

## Міжнародний маркетинг

Викладач - д.е.н.Коломієць Г.М.

Кількість кредитів 5  
7-й семестр

Нормативна

Лекцій - 32 г.

Практичні, семінарські- 28 г.

Вид - контролю іспит

**Мета** формування системи теоретичних знань і професійних компетенцій у галузі міжнародної маркетингової діяльності.

**Завдання** вивчення сутності й характерних особливостей форм міжнародного маркетингу, методів дослідження політико-правового, економічного, соціально-культурного, технологічного середовища, технології проведення міжнародних маркетингових досліджень, сегментації світового ринку та вибору цільових ринків, обґрунтування моделей входу фірм на закордонні ринки, формування ефективного міжнародного маркетингового комплексу.

У результаті вивчення даного курсу студент повинен

**знати:** методи аналізу маркетингового середовища зовнішньої економічної діяльності фірми, стратегії міжнародної маркетингової діяльності фірми, складові маркетингової програми освоєння зовнішніх ринків.

**вміти:** відібрати зовнішні ринки, оцінити їх привабливість для фірми, визначити здатність фірми працювати на конкретному зовнішньому ринку, сформувати портфель стратегій міжнародного маркетингу, конкретизувати їх в програмі міжнародної маркетингової діяльності фірми.

### **Зміст дисципліни**

Теоретичні засади міжнародного маркетингу. Форми міжнародного маркетингу. Міжнародні маркетингові дослідження. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу. Вибір закордонних ринків. Стратегії входу фірми на зовнішній ринок. Міжнародні маркетингові стратегії. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика. Міжнародні канали розподілу. Міжнародні маркетингові комунікації. Міжнародна цінова політика. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу.

## **14. Рекомендована література**

**Базова**

1. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В.И., Международный маркетинг: Учебник для вузов, –СПб., М., Х., Минск: Питер, 2008. – 688 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В., Основы маркетинга: Учеб. Пособие перевод с англ., 2-е европ. изд. –М., СПб.,К.: Вильямс, 1999. –1151 с.

#### Допоміжна

1. Авдокушин Е.Ф., Маркетинг в международном бизнесе: Учеб. пособие, – М.: Дашков и К, 2002. – 327 с.
2. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Никифорова С. В., Международный маркетинг: Учебник для вузов, –СПб., М., Х., Минск: Питер, 2001. – 512 с.
3. Гоголь Г. П., Міжнародний маркетинг: навчальний посібник для вузів, – Львів: Вид- во НУ ”Львівська політехніка”, 2004. –148 с.
4. Канищенко О. Л., Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: навчальний посібник для вузів, – К.: Кондор, Політехніка, 2004. – 149 с.
5. Международный маркетинг: Учеб.пособие / Е.М.Азарян, А.А.Шубин, Н.Л.Жукова и др.- К. Студцентр, 2005.- 344 с.
6. Новошинська Л. В., Міжнародний маркетинг: навчальний посібник.–К.: центр навчальної літертури, 2004. – 176 с.
7. Олливье А., Дайан А., Урсе Р. Международный маркетинг.- Академия рынка. Маркетинг. – М.: Экономика. 1993. – 572 с.

#### Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота				Підсумковий семестровий контроль (екзамен)	Сума
Модуль 1			Модуль 2	40	100
Т 1,2,3	Т 4,5,6	Т 7,8,9,10	Т.11,12,13,14		
5	5	10	15		
				М 3	
				25	