

Навчальна дисципліна «Міжнародний маркетинг»

Статус: нормативний

Курс: 5

Семестр: 9.

Кількість залікових кредитів ECTS – всього: 3 (108 годин)

З них аудиторних: 36 годин

Лекційних 18 годин

Практичних занять 18 годин

Самостійна робота 72 годин

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни –“Макроекономіка“, “Маркетинг”, “Операційний менеджмент”, “Міжнародна статистика”, “Міжнародні економічні відносини“, “Основи зовнішньоекономічної діяльності“, “Міжнародний бізнес“.

Опис дисципліни

Мета: формування у майбутніх фахівців сучасного мислення в умовах ринкового середовища; набуття вмінь та навичок щодо системи міжнародного маркетингу та об’єктивних законів і принципів її розвитку.

Завдання дисципліни – набуття студентами глибоких теоретичних знань з питань концепції, стратегії та тактики міжнародного маркетингу; опанування студентами методичного інструментарію розробки та реалізації завдань міжнародного маркетингу; механізмів проведення міжнародного бізнесу, набуття навичок оцінки економічної ефективності витрат на маркетинг та наслідків прийняття маркетингових та управлінських рішень.

Предмет – економічна діяльність суб’єктів на зовнішньому ринку.

Змістові модулі:

Модуль 1. Теорія та категорії міжнародного маркетингу.

Модуль 2. Стратегія міжнародного маркетингу

Форми та методи навчання: лекції, практичні та семінарські заняття, ситуації, розрахунково-аналітичні завдання, блоки логічно-структурних тем, дискусії, тестування та самостійна робота студентів, контрольна робота 1С.

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

Іспит – 9 семестр,

Іспит: 60 % – модульний контроль (2), контрольна робота 1С

40 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (2 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS.

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, опорний конспект лекцій, плани семінарських та практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, ситуації, кейси, тести. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Багиев Г. Л. Международный маркетинг [Текст] : Учебник для вузов. / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – СПб. : Питер, 2009. – 688 с.
2. Рахман М. С. Опорный конспект по изучению международного маркетинга. Для студентов специальности 8.03060104 – «Менеджмент внешнеэкономической деятельности». – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2010.– 120 с. [Електронний варіант]
3. Мнушко З. Н. Практикум по международному маркетингу: Учеб. пособие / З. Н. Мнушко, М. С. Рахман, Н. В. Чмыхало, М. В. Мирошник. – Х. : Ависта-ВЛТ, 2007. – 96 с.

Додаткова:

4. Азарян Е. М. Международный маркетинг. / Е.М. Азарян, 2-е изд. – Харьков: НВФ „Студцентр”, 2001. – 202 с.
5. Лисица Н. М. Международный маркетинг. / Н. М. Лисица. – Х. и Д.: «Инжэк», 2006. — 174 с.
6. Черномаз П. А. Международный маркетинг: учеб. пособие для вузов. / П. А. Черномаз. – Х. : Харьковский ин-т управления. – 2008. – 243 с.
7. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 320 с.