

Освітній компонент (ОК)	Вибірковий ОК № 6.2 «Глобальні маркетингові стратегії в міжнародному бізнесі»
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	Економіка та міжнародні економічні відносини / Міжнародні економічні відносини
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, односеместровий
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 (10/14)
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародних економічних відносин та управління проєктами
Автор дисципліни	Доктор економічних наук, професор Ірина Святославівна Скороход
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Світова економіка та кон'юнктура світових ринків, міжнародні економічні відносини, мікроекономіка, макроекономіка, маркетинг, менеджмент.
Що буде вивчатися	Міжнародне маркетингове середовище, міжнародне маркетингове планування на рівні фірми, моделі та стратегії виходу фірми на зарубіжний ринок, планування бюджету маркетингу та оцінка маркетингових планів.
Чому це цікаво/треба вивчати	У дисципліні розглядаються основні теоретичні та практичні питання у сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, які необхідні для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі. Вивчення дисципліни сприятиме розумінню особливостей міжнародної маркетингової діяльності підприємств, умінню застосовувати окремі інструменти маркетингу з метою досягнення бажаних результатів на ринку.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Розуміти концепцію глобального маркетингу, а також його дефініції, особливості сучасного маркетингового аналізу зовнішнього середовища, визначати типи глобальних маркетингових стратегій конкурентної боротьби на світових товарних ринках.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти глобального маркетингу, здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.