

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Маркетинг у сфері міжнародних послуг»
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг /Маркетинг і міжнародна логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	1 курс, 1 семестр, 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 14 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Від здобувачів очікується: базове розуміння світової економіки, маркетингу, сфери послуг.
Що буде вивчатися	Форми міжнародного маркетингу та сучасні тенденції його розвитку, середовище у сфері міжнародних послуг, процеси глобалізації, політику просування міжнародних послуг, особливості комплексу маркетингу у сфері міжнародних послуг.
Чому це цікаво/треба вивчати	Необхідною умовою розвитку економіки України є значне розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств, розширення сфери міжнародних послуг. Вибірковий освітній компонент охоплює: дослідження закордонних ринків послуг; розуміння мотивів купівельного поведіння споживачів за кордоном; уміння максимально задовольнити споживача; налагодження ефективних каналів збуту послуг; здатність вчасно і правильно інформувати закордонного покупця про переваги послуги; особливості надання послуг у межах міжнародного маркетингу з урахуванням специфіки соціально-культурних характеристик та поведінкових стратегій споживачів у закордонних країнах.

	Курс дає здобувачам освіти глибоке розуміння та застосування маркетингу міжнародних послуг в експортно-імпортних операціях, передбачає знання загальної методології маркетингу й особливостей аналізу закордонних ринків.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.