

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних 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, маркетингове дослідження, сфери логістичних послуг.
Що буде вивчатися	Форми міжнародного маркетингу та сучасні тенденції його розвитку, дослідження міжнародних логістичних послуг; дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища, підходів до вибору закордонних ринків та обґрунтування стратегій виходу на них; методи проведення міжнародного маркетингового дослідження; формування міжнародного маркетингового комплексу та сегментації світового ринку.

Чому це цікаво/треба вивчати	Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг являються вагомою функцією маркетингової діяльності підприємств сфери послуг. Вони забезпечують топ- менеджмент інформацією для прийняття управлінських рішень. Курс дасть здобувачам освіти глибоке розуміння щодо системи маркетингових досліджень міжнародних логістичних послуг; особливостей організації, напрямів та структури процесу маркетингових досліджень міжнародних логістичних послуг і обробки їхніх результатів; розгляд особливостей маркетингових досліджень міжнародних логістичних послуг контрагентів, поведінки споживачів, конкурентоспроможності підприємства; розробки практичного інструментарію для проведення досліджень міжнародних логістичних послуг та оцінки його результативності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Р3.Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Р16. Застосовувати логістичний підхід до управління ресурсами організацій та забезпечувати підвищення їх конкурентоспроможності на ринку логістичних послуг.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК5. Здатність до діагностування маркетингової

	діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. споживачів на національному та міжнародному ринках. СК11. Здатність до управління логістичною діяльністю на національному та міжнародному ринках.
--	--