Міжнародний маркетинг

Метою курсу є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок з організації, планування, реалізації і контролю маркетингової діяльності сучасного підприємства на міжнародних ринках.



Чуприна Олена Оскарівна,
д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу та туризму

Змістовні модулі:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи міжнародної маркетингової діяльності
Змістовий модуль 2. Міжнародне маркетингове середовище
Змістовий модуль 3. Формування міжнародних маркетингових стратегій та управління міжнародною маркетинговою діяльністю

Результати навчання:

- знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу;
- застосовувати на практиці основні інструменти маркетингової діяльності в міжнародному контексті в умовах жорсткої конкуренції;
- формувати ефективні управлінські рішення в практиці міжнародної маркетингової діяльності;
- вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на світових ринках, гнучко адаптуватися до змін міжнародного середовища

Семестр: 2 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму