

Анотація

Назва дисципліни	Управління міжнародним маркетингом
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 3-й рік навчання Ступінь вищої освіти – бакалавр Галузь знань – 29 «Міжнародні відносини» Спеціальність – 292 «Міжнародні економічні відносини» Освітня кваліфікація «Бакалавр міжнародних економічних відносин, міжнародний бізнес»
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково - педагогічних працівників, залучених до викладання	Тимошенко Ігор Владиславович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії ХНУ імені В. Н. Караїна. Ауд. 3-76, 3-78 (Центральний корпус), 057-707-53-51, 097-153-16-90, ivtimoshenkov@karazin.ua
Характеристика навчальної дисципліни (обов'язкова/вибіркова)	Вибіркова
Попередні умови для вивчення дисципліни	Наявність фахових знань студентів, спроможність до аналізу та синтезу; здатність до практичного застосування теоретичних знань
Мета викладання навчальної дисципліни	Формування в студентів практичних навичок і умінь вирішення управлінських завдань міжнародного маркетингу в умовах України на основі застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.
Основні завдання вивчення дисципліни	Формування та розвиток у здобувачів програмних компетентностей, необхідних для виявлення та розв'язання складних задач і проблем у сфері міжнародних відносин у цілому та міжнародних економічних, зокрема, особливо в процесі організації та управління міжнародним бізнесом, а також у процесі навчання, що передбачає застосування новітніх теорій та методів при здійсненні комплексних досліджень світогосподарських зв'язків в умовах глобалізації й посилення невизначеності бізнес – середовища: Здатність навчатися та бути сучасно навченим. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Уміння бути критичним та самокритичним. Здатність працювати в команді. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку. Здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях. Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміння адаптуватися до них.

	<p>Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі .</p> <p>Здатність використовувати нормативно-розпорядчі документи та довідкові матеріали при здійсненні професійної діяльності у сфері міжнародних економічних відносин.</p> <p>Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами.</p> <p>Здатність застосувати методи, правила і принципи функціонування міжнародних економічних відносин для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України.</p> <p>Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.</p> <p>Здатність усвідомлювати зміст основних понять і законів міжнародного бізнесу, особливості організації та методи здійснення міжнародного бізнесу в умовах невизначеності;</p> <p>Здатність управляти міжнародним бізнесом, розробляти та обирати конкретні стратегії розвитку бізнесу міжнародної компанії, в тому числі стратегію персоналу, фінансово-інвестиційну, конкурентну, маркетингову та інші, з урахуванням пріоритетів компанії та особливостей країн.</p>
Кількість кредитів	3
Загальна кількість годин	90
Заплановані результати навчання	<p>Згідно з вимогами освітньої програми бакалаври повинні досягти таких результатів навчання:</p> <p>Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.</p> <p>Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію.</p> <p>Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища.</p> <p>Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.</p> <p>Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі.</p> <p>Розуміти та застосовувати чинне законодавство, міжнародні нормативні документи і угоди, довідкові матеріали, чинні стандарти і технічні умови тощо у сфері міжнародних економічних відносин.</p> <p>Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні. метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.</p>

	<p>Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків.</p> <p>Розуміти основні поняття і закони міжнародного бізнесу, а також особливості його організації, обирати методи здійснення міжнародного бізнесу в умовах невизначеності;</p> <p>Управляти міжнародним бізнесом, розробляти та обирати конкретні стратегії розвитку бізнесу міжнародної компанії, в тому числі стратегію персоналу, фінансово-інвестиційну, конкурентну, маркетингову та інші, з урахуванням пріоритетів компанії та особливостей країн;</p> <p>Застосовувати набуті знання для розв'язання прикладних завдань в сфері обліку, аналізу, контролю, оподаткування міжнародного бізнесу.</p>
Теми аудиторних занять та самостійної роботи	<p>Тема 1. «Управління міжнародним маркетингом»: предмет і завдання курсу.</p> <p>Тема 2. Поведінка споживачів на світових ринках в умовах глобалізації - центральна проблема міжнародного маркетингу.</p> <p>Тема 3. Маркетингове розуміння товарів і послуг на світових ринках.</p> <p>Тема 4. Система управління міжнародним маркетингом.</p> <p>Тема 5. Маркетингові дослідження світових ринків в умовах глобалізації.</p> <p>Тема 6. Сегментація світових ринків і вибір ефективних ринкових позицій організації в умовах глобальної конкуренції.</p> <p>Тема 7. Товарна стратегія і товарна політика організації на світових ринках.</p> <p>Тема 8. Цінова стратегія і цінова політика організації на світових ринках.</p> <p>Тема 9. Збутова стратегія і збутова політика організації на світових ринках.</p> <p>Тема 10. Комунікаційна стратегія і комунікаційна політика організації на світових ринках. Глобальний брендинг.</p>
Навчально-методичне забезпечення	<p>Всі необхідні для вивчення курсу розділи (елементи) навчально-методичного комплексу дисципліни (конспект і презентації лекцій, завдання для самостійної роботи, основна і додаткова література і т. ін.) надаються студентам у відкритому доступі в LMS-системах Google Classroom й Moodle.</p>
Методи контролю результатів навчання	<p>Поточний контроль: тестові завдання, есе, презентації, опитування, доповіді, оцінювання участі у диспутах і виконання кейсів, контрольна робота</p> <p>Підсумковий контроль: письмовий екзамен.</p>
Мова викладання	українська