

Код та назва дисципліни	1-073-1-11 Маркетинг у міжнародному бізнесі
Рекомендується для галузі знань <sup>2</sup> (спеціальності, освітньої програми)	Для спеціальностей усіх галузей знань
Кафедра (зазначити офіційний шифр)	Маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Сокол П.М., Смирнова Т.А.
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Курс, семестр (в якому буде викладатись) <sup>3</sup>	Курс: 2, 3, 4
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни) <sup>1</sup>	Не потребує особливих передумов
Що буде вивчатися	Теоретичні засади аналізу міжнародного маркетингового середовища та оцінювання його привабливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності; визначення основних складових та особливостей побудови маркетингової політики підприємства на міжнародних ринках; вивчення особливостей застосування різноманітних міжнародних маркетингових стратегій; розуміння специфіки товарної, збутової, цінової та рекламної політики на міжнародних ринках.
Чому це цікаво/треба вивчати	У процесі опанування дисципліни формується система знань і набуваються практичні навички у галузі міжнародного маркетингу.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Розширити світогляд та набути практичних навичок у галузі міжнародного маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Підготовлений менеджер-маркетолог міжнародного профілю зможе кваліфіковано досліджувати міжнародне ділове середовище, цільові ринки, обирати ефективну товарну, цінову, збутову, комунікаційну політику, що є важливою умовою ефективної міжнародної діяльності.
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, наукова і навчальна література, джерела Інтернет
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	Без обмежень

Декан факультету економіки \_\_\_\_\_

Тетяна ГРИНЬКО