

Міжнародний маркетинг



Викладач: к.е.н. Ірина ЧЕЧЕНЮК

Предметом освітнього компонента «Міжнародний маркетинг» є відносини суб'єктів світового ринку, що виникають у процесі міжнародної маркетингової діяльності.



Метою вивчення освітнього компонента є формування системи знань і набуття практичних навичок у галузі міжнародного маркетингу.



Завдання вивчення освітнього компонента «Міжнародний маркетинг»:

вивчення сутності й характерних особливостей форм міжнародного маркетингу, методів дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища маркетингової діяльності;

засвоєння методичних засад проведення маркетингових досліджень, сегментації світового ринку та вибору цільових ринків; обґрунтування моделей виходу підприємств на міжнародний ринок, формування ефективного міжнародного маркетингового комплексу.



ОСНОВНІ ТЕМИ для ВИВЧЕННЯ

Тема 1.	Міжнародний маркетинг: загальний огляд.
Тема 2.	Міжнародне маркетингове середовище.
Тема 3.	Міжнародні маркетингові дослідження
Тема 4.	Сегментація світового ринку
Тема 5.	Вибір зарубіжних ринків
Тема 6.	Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика
Тема 7.	Міжнародна цінова політика
Тема 8.	Міжнародні канали розподілу
Тема 9.	Міжнародні маркетингові комунікації
Тема 10.	Методи системного управління міжнародним маркетингом



Будьте успішними зі знаннями з міжнародного маркетингу!

