

Анотація вибіркової дисципліни

Назва дисципліни:	<i>Міжнародний маркетинг</i>
Кафедра:	Економіки та права
Викладач:	Васюренко Лариса Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент
Опис дисципліни:	Дисципліна містить аналіз загальних основ міжнародного маркетингу, економічного, політико-правового, соціально-культурного, інформаційного, науково-технічного, демографічного та природно-географічного його середовища. Особлива увага приділяється методам та інструментам міжнародної маркетингової діяльності, товарній та ціновій політиці у міжнародному маркетингу, засобам просування продукту на зарубіжний ринок.
Мета дисципліни:	Метою викладання освітньої компоненти “Міжнародний маркетинг” є отримання здобувачами вищої освіти знань з теоретичних і методичних основ організації міжнародного маркетингу та практичних навичок їх використання в економічній діяльності організацій за межами національних кордонів.
Очікувані результати:	<p><i>Знання:</i> концептуальні основи інвестиційного менеджменту, його значення та вплив на ефективність діяльності організації; методологічні засади та методичний інструментарій інвестиційного менеджменту; методи оцінки та прогнозування розвитку інвестиційного ринку; сутність та складові інвестиційної стратегії підприємства; особливості політики формування інвестиційних ресурсів підприємства; – концептуальні основи управління реальними інвестиціями підприємства; – правила прийняття інвестиційних рішень; – сутність формування програми реальних інвестицій підприємства; – особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства; – концептуальні основи управління фінансовими інвестиціями підприємства; 5 – особливості управління портфелем фінансових інвестицій підприємства; сутність основних теоретичних положень сучасної концепції міжнародного маркетингу; зміст та форми міжнародного маркетингу, методи вивчення міжнародного маркетингового середовища і методики маркетингового дослідження, критерії вибору зарубіжних ринків та їх сегментації, процес формування елементів міжнародного маркетингового комплексу.</p> <p><i>Здатності:</i> формувати правильне уявлення про сучасні форми маркетингової діяльності та можливості їх використання в міжнародній ринковій діяльності підприємств</p>
Підсумковий контроль:	Залік
Мова викладання:	Українська