

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ПП 4;

2. Назва: Міжнародний маркетинг;

3. Тип: обов'язковий;

4. Рівень вищої освіти: II (магістерський);

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 1;

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 2;

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4,0;

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Попко О.В., д.е.н., професор;

9. Програмні результати навчання:

P11. використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;

P12. здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм;

P14. формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку;

P15. збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення;

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль;

11. **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Стратегічний маркетинг», «Маркетинг промислового підприємства», «Логістика»;

Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): - .

12. **Зміст курсу:** (перелік тем) Сутність і сфера міжнародного маркетингу. Середовище міжнародного маркетингу. Маркетингові дослідження світових ринків, їх сегментація. Стратегії виходу вітчизняних операторів на світові ринки. Товар і товарна політика в міжнародному маркетингу. Ціни і цінова політика в міжнародному маркетингу. Політика розподілу в міжнародному маркетингу. Комунікаційна політика в міжнародному маркетингу;

13. **Рекомендовані навчальні видання:** (зазначити до 5 джерел)

1. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

2. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д.; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.

3. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.

4. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.

5. Попко О.В. Експортоорієнтований маркетинг вітчизняних операторів молочного ринку : автореферат дисертації. Рівне: НУВГП, 2020. 40 с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

20 год. лекцій, 20 год. практичних робіт, 80 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** українська.

Завідувач кафедри О.В.Мальчик, д-р ек.наук, професор

DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. Code: ПП 4;

2. Title: International marketing;

3. Type: compulsory;

4. Higher education level: the 2nd (Master's degree);

5. Year of study, when the discipline is offered: 1;

6. Semester when the discipline is studied: 2;

7. Number of established ECTS credits: 4;

8. Surname, initials of the lecturer, scientific degree, position: Popko O.V., D.Sc.(Economics), Professor;

9. Results of studies:

P11. use the methods of marketing strategic analysis and interpret its results in order to improve the marketing activities of the market entity.

P14. to form a marketing system of interaction, to build long-term mutually beneficial relations with other market participants.

P15. collect the necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software;

10. Forms of organizing classes: training classes, independent work, practical training, control measures;

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: Strategic marketing, Marketing of Industrial Enterprise, Logistics.

12. Course contents: The Essence and Scope of International Marketing. The Environment of International Marketing. Marketing Research of World Markets, their Segmentation. Strategies for Domestic Operators to Enter World Markets. Product and Product Policy in International Marketing. Prices and Pricing Policy in International Marketing. Prices and Pricing Policy in International Marketing. Distribution Policy in International Marketing. Communication Policy in International Marketing;

13. Recommended educational editions:

1. Malchyk M.V. Marketing: Manual / Malchyk M.V., Gontarenko N.A., Popko O.V., Tolchanova Z.O., Korol B.O., Martyniuk O.V., Koval S.I.; for general ed. Doctor of Economics, Prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUWEE, 2014. - 444 pp.

2. Malchyk M.V. Marketing and Logistics Processes in Economics: Theory and Practice: Monograph / Malchyk M.V., Popko O.V., Gontarenko N.A., Tolchanova Z.O., Martyniuk O.V., Koval S.I., Melnyk T.D. ; edited by M.V. Malchyk - Rivne: NUWEE, 2015. - 192 p.

3. International Marketing: textbook. Manual / T.V. Kniازهeva, Yu. P. Kolbushkin, S.V. Petrovska and others. - K.: NAU, 2019. - 164 p.

4. International Marketing: Textbook / for general. ed. A.A. Mazaraki, T.M. Melnyk. - Kyiv: Kyiv. Nat. trade and economy University, 2018. - 448 p.

5. Popko O.V. Export-Oriented Marketing of Domestic Dairy Market Operators: dissertation abstract. Rivne: NUWEE, 2020. 40 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

lectures –20 hours, practical classes – 20 hours, independent work – 80 hours. Total –120 hours. Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementing business and role games, implementing case method, individual tasks of scientific research using, multimedia tools.

15. Forms and assessment criteria:

The assessment is carried out on a 100-point scale.

Final control: Credit.

Current control (100 points): testing, questioning.

16. Language of teaching: Ukrainian.

Head of Department

M. Malchyk, D.Sc.(Economics), Professor