Індивідуальне завдання

**Варіант 1**

1.Процес розробки концепції міжнародного маркетингу

2.Різноманітні способи присутності за кордоном: спільне підприємсво.

**Варіант 2**

1.Міжнародний маркетинг як управлінська діяльність і мистецтво підприємницької діяльності.

2.Міжнародна товарна стратегія.

**Варіант 3**

1.Спільні риси та відмінності внутрішнього та міжнародного маркетингу.

2.Основні форми міжнародних контрактів.

**Варіант 4**

1.Суб’єкти міжнародного маркетингу.

2.Сутність контролю міжнародної маркетингової діяльності.

**Варіант 5.**

1.Особливості міжнародних маркетингових досліджень

2.Товар на світовому ринку.

**Варіант 6.**

1.Міжнародне маркетингове середовище: діагностика, та основні елементи.

2.Різноманітні способи присутності за кордоном: інтергломерат.

**Варіант 7.**

1.Особливості міжнародного маркетингового планування.

2.Сутність суб’єктивного підходу до вибору зарубіжного ринку.

**Варіант 8.**

1.Оцінка привабливості міжнародного ринку.

2.Міжнародна економічна інтеграція.

**Варіант 9.**

1.Міжнародне політико-правове середовище.

2.Політика ціноутворення міжнародного ринку.

**Варіант 10.**

1.Маркетинговий аналіз міжнародного конкурентного середовища.

2.Різноманітні способи присутності за кордоном: макропірамідальна структура.

**Варіант 11.**

1.Міжнародне економічне середовище: структура факторів та характер їх впливу на підприємство.

2.Позиціонування міжнародного ринку.

**Варіант 12.**

1.Сегментація міжнародного ринку.

2.Різноманітні способи присутності за кордоном.

**Варіант 13.**

1.Методи міжнародного маркетингово дослідження.

2.Міжнародна маркетингова стратегія розподілу.

**Варіант 14.**

1.Міжнародна інвестиційна діяльність.

2.Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу.

**Варіант 15.**

1.Збутово-розподільча політика міжнародного маркетингу.

2.Підходи до вибору зарубіжного ринку: сутність дискретного підходу.

**Варіант 16.**

1.Організація та контроль міжнародного маркетингу.

2.Міжнародні маркетингові комунікації.

**Варіант 17.**

1.Стратегії виходу на зовнішній ринок.

2.Міжнародна товарна політика.

**Варіант 18.**

1.Міжнародні маркетингові можливості та політичні ризики.

2.Зворотній зв’язок у маркетинговій комунікації.

**Варіант 19**

1.Міжнародні канали розподілу продукції.

2.Сутність комплексного підходу до вибору зарубіжного ринку.

**Варіант 20.**

1.Форми міжнародного маркетингу.

2.Технологічне середовище міжнародного маркетингу.