**Питання до заліку**

 1. Глобалізація ринків і товарів.

 2. Поняття міжнародного ринку.

 3. Маркетингові передумови виходу підприємств на міжнародний ринок.

 4. Структура та зміст міжнародного маркетингового середовища.

 5. Економічне середовище міжнародного маркетингу.

 6. Політико-правове середовище.

 7. Соціокультурне маркетингове середовище.

 8. Сутність, цілі та завдання комплексного дослідження зарубіжного ринку.

 9. Структура та основні етапи дослідження ринку

 10. Система збору інформації в міжнародному маркетингу

 11. Сегментація міжнародного ринку.

 12. Підходи до вибору зарубіжних ринків.

 13. Стратегічні альтернативи в міжнародному маркетингу.

 14. Вимоги до формування міжнародної маркетингової стратегії.

 15. Конкурентна парадигма міжнародних маркетингових стратегій.

 16. Способи виходу на зовнішні ринки.

 17. Експортування.

 18. Спільна підприємницька діяльність

 19. Стратегія прямого інвестування

 20. Товарні стратегії міжнародного маркетингу.

 21. Комунікаційна політика у міжнародному маркетингу.

 22. Особливості формування інших елементів комплексу маркетингу.