

Глобальный маркетинг



Мета курсу:



формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері глобального маркетингу, що сприяють веденню маркетингової діяльності на різних географічних ринках.

Завдання курсу:

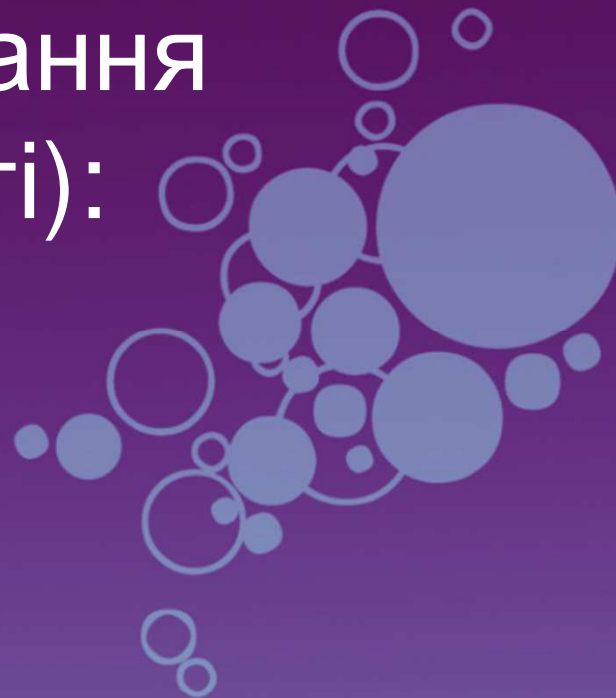


- оволодіти навичками встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів в умовах глобалізації;
- набути вмінь формування позиції українських підприємств на світовому ринку для пошуку можливостей подальшого розвитку українського ринку.

Завдання курсу:

- оволодіти загальними принципами формування системи глобального маркетингу та базовими підходами для аналізу глобального ринку з метою теоретичного обґрунтування глобальної маркетингової орієнтації сучасних підприємств;
- ознайомитися з особливостями функціонування світового ринку товарів та послуг для підтвердження глобального характеру окремих його елементів;
- оволодіти маркетинговими методиками аналізу ринку з позицій розвитку процесів глобалізації;

Результати навчання (компетентності):



загальні компетентності:

- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- вміння аналізувати і структурувати проблему підприємства і розробляти рішення (наприклад, входження на новий ринок).

Результати навчання (компетентності):

фахові компетентності:

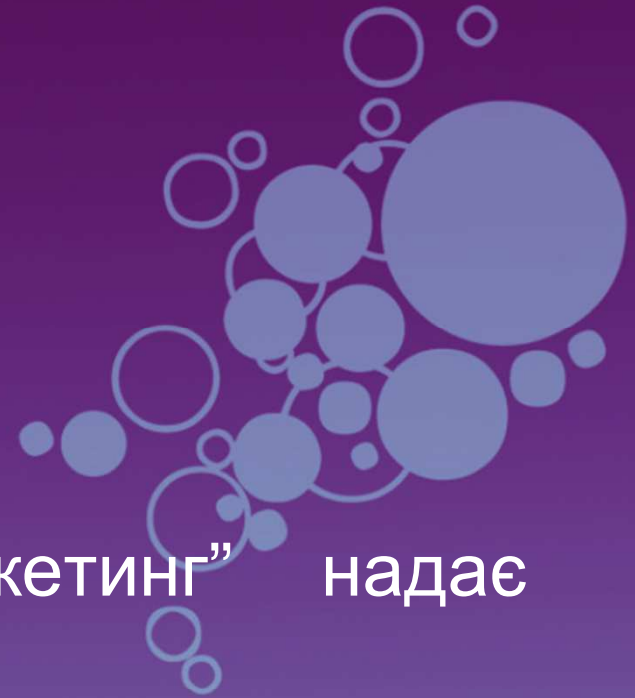
- здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;
- здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування;
- здатність і готовність аналізувати та оцінювати стан і розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики. Проводити спеціальні маркетингові дослідження базуючись на принципах збирання, обробки та зведення інформації.

Можливості

Дисципліна “Глобальний маркетинг” надає студентам можливість:

- знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу;
- планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;
- використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;

Можливості



Дисципліна “Глобальний маркетинг” надає студентам можливість:

- формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку;
- збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.