

# Міжнародні маркетингові комунікації



# Мета курсу:



формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі

# Завдання курсу:

- оволодіти системою та засобами міжнародних маркетингових комунікацій;
- ознайомитися з основними тенденціями розвитку міжнародного рекламного ринку;
- ознайомитися з критеріями вибору рекламного агентства для роботи на світовому ринку;
- ознайомитися з напрямками впливу глобалізації на бренд;
- ознайомитися з технологіями міжнародної реклами та PR;

# Завдання курсу:

- оволодіти новими засобами міжнародних маркетингових комунікацій;
- виробити навички планування міжнародних маркетингових комунікацій;
- набути вмінь ефективно використовувати культурний фактор міжнародних маркетингових комунікацій.

# Результати навчання (компетентності):

## *загальні компетентності:*

- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- здатність працювати в міжнародному контексті.

# Результати навчання (компетентності):



## *фахові компетентності:*

- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- здатність створювати електронне тіло бізнесу та просувати його з використанням сучасних методів інтернет-маркетингу.

# Можливості

Дисципліна “Міжнародні маркетингові комунікації” надає студентам можливість:

- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- демонструвати вміння та застосовувати сучасні підходи щодо створення цифрового тіла бізнесу та просування його за допомогою сучасних методів інтернет-маркетингу.