

2021/2022

ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ.

Метою вивчення дисципліни «Глобальний маркетинг» є формування у студентів системи теоретичних знань і практичних умінь у сфері ведення маркетингової діяльності підприємства в глобальному економічному середовищі.

Завданнями вивчення дисципліни «Глобальний маркетинг» є: опанування концептуальними підходами щодо змісту та детермінант трансформації міжнародного маркетингового середовища у вимірі цілей та пріоритетів глобального маркетингу; формування у студентів цілісної уяви про специфіку маркетингової діяльності компаній на глобальному рівні; опанування новітнім управлінським інструментарієм глобального маркетингу транснаціональних та мультинаціональних компаній, а також малих та середніх підприємств, орієнтованих на глобальний ринок; набуття практичних навичок аналізу глобального маркетингового середовища, визначення маркетингового потенціалу для подальшої інтернаціоналізації підприємства; оцінювання ефективності різних аспектів та складових маркетингової діяльності компаній у масштабі світового господарства.

Предметом вивчення дисципліни є передумови, чинники, методичні підходи та практичний інструментарій формування та впровадження стратегій глобального маркетингу.

КОРОТКИЙ ОПИС ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ.

Дисципліна вивчає: теоретичні основи глобального маркетингу; маркетингову діяльність підприємства в умовах транснаціоналізації виробництва та збуту; архітектоніку глобального маркетингового середовища, її зміст та складові; вплив структурних елементів світової економіки на маркетингову діяльність глобальних компаній; методичні основи оцінки глобальних маркетингових можливостей та загроз; основні риси формування поведінки споживачів під впливом нових глобалізаційних умов; поняття культурної глобалізації, процес і стадії еволюції глобалізації споживання; поширення єдиних культурних моделей і подібних моделей споживання у світі; Макроекономічні та культурні чинники впливу на поведінку споживачів; маркетинговий інструментарій в забезпеченні інтернаціоналізації діяльності підприємства; STP-стратегії ТНК в системі глобального маркетингу; формування товарної, збутової, цінової, комунікаційної політики ТНК в системі глобального маркетингу.

Детальна інформація щодо змісту тем дисципліни подана у програмі дисципліни, яка є доступною на кафедрі світової економіки (Д-305).

Обсяг: 6 кредитів (22 лекції (44 години), 22 практичні заняття (44 години), 92 години самостійної роботи).

Мова викладання: українська.

Форми поточного контролю: практичні заняття (22×3 бали = 66 балів), опитування, тести, есе за результатами самостійної роботи (22 бали), презентація за обраною темою (12 балів).

Форми підсумкового контролю: письмовий іспит – 100 балів (в т.ч. теоретичні питання – 50 балів, , тестування – 20 балів, задача — 30 балів).

Навчально-методичне забезпечення: лекційні матеріали, завдання до практичних занять, тести, додаткова рекомендована література (в робочій програмі).

Рекомендована література (основні джерела):

1. *Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. А. А. Мазаракі, Т.М. Мельник/ Т.М Мельник, Л.П. Кудирко, О.В. Кам'янецька, К.С. Пугачевська [та ін.] – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 450 с.*
2. *Міжнародна економіка: підручник/ У двох частинах.; за наук. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – Ч.І. – 633 с*
3. *Мазаракі А. А., Мельник Т. М. Світовий ринок товарів та послуг: підручник / за заг. ред. ; [А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, В. В. Юхименко, В. М. Костюченко, Л. П. Кудирко та ін.]. К. : КНТЕУ, 2015. 720 с.*
4. Hollensen Svend. *Global Marketing 7th Edition.* Pearson Education, 2017. 873 p.
5. Keegan W.J., Green M.C. *Global Marketing 9th Edition.* Pearson Education Limited, 2017. 626 p.

Політика академічної доброчесності:

<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf>

Перед початком вивчення дисципліни рекомендується ознайомитися з наступними веб-сайтами:

- Українська асоціація маркетингу // [<http://www.uam.in.ua>]
- офіційний сайт Американської асоціації маркетингу / [www.marketingpower.com]
- Офіційний сайт Міжнародної торговельно-промислової палати [<https://iccwbo.org/>]
- Офіційний сайт міжнародної організації з досліджень проблем брендингу «Reputation institute» // [www.reputationinstitute.com]
- Офіційний сайт міжнародної організації з досліджень проблем брендингу «Globescan» // [www.globescan.com]
- UNCTAD Statistics // [<http://unctad.org/>]

Лектор: Карпенко Марина Олександрівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри світової економіки

Е-mail: m.karpenko@knute.edu.ua

Адреса: Київ, вул. Кіото, 19, ауд. Д-306