

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Маркетинг у сфері міжнародних послуг»
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	D5 Маркетинг / Маркетинг та міжнародна логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	1 курс, 1 семестр, 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц. – 10 год., практ. – 14 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Від здобувачів очікується: базове розуміння світової економіки, маркетингу, сфери послуг.
Що буде вивчатися	Форми міжнародного маркетингу та сучасні тенденції його розвитку, середовище у сфері міжнародних послуг, процеси глобалізації, політику просування міжнародних послуг, особливості комплексу маркетингу у сфері міжнародних послуг.
Чому це цікаво/треба вивчати	Необхідною умовою розвитку економіки України є значне розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств, розширення сфери міжнародних послуг. Вибірковий освітній компонент охоплює: дослідження закордонних ринків послуг; розуміння мотивів купівельного поведіння споживачів за кордоном; уміння максимально задовольнити споживача; налагодження ефективних каналів збуту послуг; здатність вчасно і правильно інформувати закордонного покупця про переваги послуги; особливості надання послуг у межах міжнародного маркетингу з урахуванням специфіки соціально-культурних характеристик та поведінкових стратегій споживачів у закордонних країнах. Курс дає здобувачам освіти глибоке розуміння та застосування маркетингу міжнародних послуг в експортно-імпортних операціях, передбачає знання загальної методології маркетингу й особливостей

	аналізу закордонних ринків.
Чому можна навчитися (результати навчання)	P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. Фахові (спеціальні) компетентності: СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.