

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 2 «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних 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, маркетингове дослідження, сфери логістичних послуг.
Що буде вивчатися	Форми міжнародного маркетингу та сучасні тенденції його розвитку, дослідження міжнародних логістичних послуг; дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища, підходів до вибору закордонних ринків та обґрунтування стратегій виходу на них; методи проведення міжнародного маркетингового дослідження; формування міжнародного маркетингового комплексу та сегментації світового ринку.
Чому це цікаво/треба вивчати	Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг являються вагомим функцією маркетингової діяльності підприємств сфери послуг. Вони забезпечують топ-менеджмент інформацією для прийняття управлінських рішень. Курс дасть здобувачам освіти глибоке розуміння щодо системи маркетингових досліджень міжнародних логістичних послуг; особливостей організації, напрямів та структури процесу маркетингових досліджень міжнародних логістичних послуг і обробки їхніх результатів; розгляд особливостей маркетингових

	досліджень міжнародних логістичних послуг контрагентів, поведінки споживачів, конкурентоспроможності підприємства; розробки практичного інструментарію для проведення досліджень міжнародних логістичних послуг та оцінки його результативності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Р16. Проводити діагностику ефективності управління маркетинговими та логістичними системами ринкового суб'єкта в умовах транскордонної взаємодії
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. Спеціальні (фахові) компетентності: СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 10. Здатність планувати, організовувати та оцінювати ефективність логістичної системи.