



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу



МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ



освітня програма «Маркетинг»
спеціальність 075 «Маркетинг»

Міжнародний маркетинг

– це маркетинг товарів та послуг, що надаються фірмами, сфера виробничої та комерційної діяльності яких розповсюджується на зарубіжні країни

Переваги вивчення освітньої компоненти

- обґрунтування доцільності і можливості виходу на зарубіжні ринки;
- знання реальних потреб і потреб в пропонованих товарах на цільових ринках;
- спрямування діяльності на задоволення виявлених нужд і потреб;
- отримання прибутку



Вивчення освітньої компоненти передбачає два змістові модулі:

Змістовий модуль 1. *Методологічні основи міжнародного маркетингу та дослідження в міжнародному маркетингу*

Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу. Форми міжнародного маркетингу

Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект

Тема 3. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу

Тема 4. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу

Тема 5. Міжнародні маркетингові дослідження

Тема 6. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу

Тема 7. Вибір закордонних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок



Змістовий модуль 2. *Комплекс міжнародного маркетингу*

Тема 8. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика

Тема 9. Міжнародні канали розподілу

Тема 10. Міжнародні маркетингові комунікації

Тема 11. Міжнародна цінова політика

Тема 12. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу

Предметом вивчення вибіркової освітньої компоненти «Міжнародний маркетинг» є відносини суб'єктів світового ринку, що виникають у процесі міжнародної маркетингової діяльності

**3 нами
ВИ...**

1

сформуєте уявлення про сучасні форми маркетингової діяльності та можливості їх використання в міжнародній ринковій діяльності підприємств;

2

опануєте зміст та форми міжнародного маркетингу, методи вивчення міжнародного маркетингового середовища і методики маркетингового дослідження, критерії вибору зарубіжних ринків та їх сегментації,

3

навчитесь формувати елементи міжнародного маркетингового комплексу



Ви дізнаєтеся про:



- ❑ особливості маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- ❑ специфіку законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів;
- ❑ практичні аспекти ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта у крос-функціональному розрізі;
- ❑ напрями удосконалення функцій маркетингової діяльності у міжнародному просторі



Ми навчимо вас:

- ❑ збирати та аналізувати ринкову інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники;
- ❑ виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різних ринків, а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- ❑ застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності, адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- ❑ використовувати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень у сфері міжнародного маркетингу;
- ❑ набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним



Шановні здобувачі!
**Кафедра фармацевтичного
менеджменту та маркетингу запрошує
вас на вивчення освітньої компоненти
«Міжнародний маркетинг»**



**Завідуючий кафедри
фармацевтичного
менеджменту
та маркетингу –
докт. фарм. н., професор
Володимир МАЛИЙ**

Контакти

Facebook - Кафедра
фармацевтичного менеджменту та
маркетингу Національного
фармацевтичного університету

Телефон – (0572)-67-91-72

E-mail: fmm@nuph.edu.ua

Сайт - <https://mmf.nuph.edu.ua/>



**Колектив кафедри фармацевтичного
менеджменту та маркетингу**



**Чекаємо на вас
та бажаємо успіхів!**



КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
www.mmf.nuph.edu.ua E-mail: mmf@nuph.edu.ua