

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ТА БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Лектор: Нагорна Олена Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Семестр: 2

Освітній ступінь: Магістр

Спеціальність: С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини»

Спеціалізація: С1.01 «Економіка»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародна економіка»

Кількість кредитів ЄКТС: 4

Аудиторні години: 45 (15 год лекцій, 30 год практичних занять)

Тижневе аудиторне навантаження: 3 години

Загальний опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Міжнародний маркетинг та бренд-менеджмент» присвячена особливостям маркетингової діяльності компаній на міжнародних ринках та управлінню брендами в умовах глобальної конкуренції. У межах дисципліни розглядаються підходи до дослідження зарубіжних ринків, вибору цільових сегментів, формування міжнародної маркетингової стратегії та адаптації маркетингових рішень до економічних, культурних і споживчих особливостей різних країн.

Під час вивчення дисципліни здобувачі опановують підходи до позиціонування бренду на міжнародному ринку, формування його цінності та управління брендовим портфелем. Значна увага приділяється вибору між стандартизацією та адаптацією маркетингових рішень, міжнародним маркетинговим комунікаціям, цифровим каналам просування та оцінюванню результативності бренду на різних ринках. Практична частина передбачає роботу з реальними ринковими ситуаціями, аналіз міжнародних брендів і розробку власних маркетингових рішень.

Мета вивчення дисципліни – сформувати у здобувачів знання та практичні навички, необхідні для аналізу міжнародного маркетингового середовища, розробки маркетингових стратегій, створення і розвитку брендів та прийняття обґрунтованих рішень щодо їх просування на зарубіжних ринках.

Теми лекцій:

1. Міжнародний маркетинг у системі діяльності сучасної компанії.
2. Міжнародне маркетингове середовище та дослідження зарубіжних ринків.
3. Сегментація міжнародних ринків та вибір цільових сегментів.
4. Стратегії виходу компаній на міжнародні ринки.

5. Міжнародна товарна та цінова політика.
6. Бренд і бренд-менеджмент у міжнародному бізнесі.
7. Позиціонування та управління цінністю бренду на міжнародних ринках.
8. Міжнародні маркетингові комунікації та цифрове просування брендів.

Теми практичних занять:

1. Аналіз міжнародного маркетингового середовища компанії.
2. Проведення маркетингового дослідження зарубіжного ринку.
3. Сегментація міжнародного ринку та визначення цільової аудиторії.
4. Оцінка привабливості зарубіжних ринків для виходу компанії.
5. Вибір стратегії виходу на міжнародний ринок.
6. Розробка міжнародної товарної пропозиції.
7. Формування цінових рішень для міжнародних ринків.
8. Аналіз міжнародних брендів та їх конкурентного позиціонування.
9. Розробка позиціонування бренду для обраного зарубіжного ринку.
10. Стандартизація та адаптація бренду на міжнародних ринках.
11. Формування міжнародних маркетингових комунікацій.
12. Використання цифрових каналів для просування бренду на міжнародному ринку.
13. Оцінювання цінності та результативності міжнародного бренду.
14. Аналіз успішних і невдалих кейсів міжнародного бренд-менеджменту.
15. Розробка та презентація стратегії просування бренду на міжнародному ринку.