

ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Факультет аграрного менеджменту

Лектор	Левицька Інна Ванадіївна, д.е.н., професор
Семестр	2
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Кількість кредитів ЄКТС	3
Форма контролю	Залік
Аудиторні години	30

Загальний опис дисципліни

Дисципліна **«Глобальний маркетинг»** спрямована на вивчення особливостей, чинників розвитку та еволюції концепцій маркетингової діяльності у міжнародному просторі, зосереджуючи увагу на стратегічних відмінностях між багатонаціональним та глобальним підходами, рівнях інтернаціоналізації та комплексній характеристиці суб'єктів світового ринку. У межах курсу ґрунтовно досліджується трирівнева модель глобального маркетингового середовища, специфіка проведення досліджень та ефективні форми виходу на світові ринки, зокрема через міжнародний франчайзинг, іноземні інвестиції та механізми світового факторингу. Особлива увага приділяється практичній реалізації комплексу глобального маркетингу, що охоплює формування товарної політики, аналіз моделей ціноутворення з урахуванням трансформаційного впливу цифрових технологій, а також обґрунтування критеріїв вибору каналів розподілу й розробку стратегій світових маркетингових комунікацій. Сучасна програма інтегрує вивчення цифрової трансформації, нейромаркетингу та психології глобального споживача для персоналізації взаємодії, а також глобального бренд-менеджменту в контексті крос-культурних комунікацій. Важливий акцент зроблено на організації, плануванні та контролі маркетингової діяльності, впровадженні принципів соціальної відповідальності та етики, а також на розвитку навичок геополітичного маркетингу для ефективного управління брендами в умовах глобальної нестабільності та забезпечення стійких конкурентних переваг на зовнішніх ринках.

Теми лекцій:

1. Теоретичні аспекти глобального маркетингу.
2. Глобальне маркетингове середовище.
3. Дослідження світових ринків в глобальному маркетингу.

4. Маркетингові стратегії на світовому ринку.
5. Товарна політика в глобальному маркетингу.
6. Ціноутворення в глобальному маркетингу.
7. Глобальна політика розподілу та міжнародна логістика.
8. Цифрова трансформація та інтернет-технології в глобальному маркетингу.
9. Глобальний бренд-менеджмент та крос-культурні комунікації.
10. Організація, планування та контроль глобальної маркетингової діяльності.
11. Соціальна відповідальність та етика в глобальному маркетингу.
12. Нейромаркетинг та психологія глобального споживача.
13. Геополітичний маркетинг та управління брендами в умовах глобальної нестабільності.

Теми занять:
(семінарських, практичних, лабораторних)

1. Теоретичні аспекти глобального маркетингу.
2. Глобальне маркетингове середовище.
3. Дослідження світових ринків в глобальному маркетингу.
4. Маркетингові стратегії на світовому ринку.
5. Товарна політика в глобальному маркетингу.
6. Ціноутворення в глобальному маркетингу.
7. Глобальна політика розподілу та міжнародна логістика.
8. Цифрова трансформація та інтернет-технології в глобальному маркетингу.
9. Глобальний бренд-менеджмент та крос-культурні комунікації.
10. Організація, планування та контроль глобальної маркетингової діяльності.
11. Соціальна відповідальність та етика в глобальному маркетингу.
12. Нейромаркетинг та психологія глобального споживача.
13. Геополітичний маркетинг та управління брендами в умовах глобальної нестабільності.