

ЄВРОМАРКЕТИНГ ТА ЄВРОЛОГІСТИКА

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни: формування у майбутніх магістрів маркетингу знань стосовно розвитку інтеграційних процесів, що відбуваються у Європі, оцінювання реалій та перспектив співпраці України в ЄС, особливостей функціонування і розширення участі вітчизняних підприємств на ринку ЄС із використанням логістичних і маркетингових методів та інструментів.

Завдання навчальної дисципліни:

- набуття теоретичних знань з питань концепції, стратегії та тактики логістики і маркетингу на ринку ЄС;
- оволодіння методами регулювання товарних, фінансових, сервісних та інформаційних потоків на євrorинку;
- засвоєння навичок оцінювання впливу факторів макросередовища на ринку ЄС;
- засвоєння навичок розробки маркетингових та логістичних стратегій для ефективної роботи на ринку ЄС;
- вивчення особливостей комунікаційного маркетингу і тенденцій розвитку логістичних систем.

Предмет дисципліни – маркетингові та логістичні процеси, що відбуваються на ринку Європейського Союзу.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для другого (магістерського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

Очікувані результати навчання:

Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Стан і перспективи розвитку інтеграції.
Тема 2. Передумови інтеграції і розвиток торгово-економічних відносин України з країнами ЄС.
Тема 3. Суть євромаркетингу та його сучасні концепції.
Тема 4. Аналіз умов маркетингової діяльності підприємств на ринку ЄС.
Тема 5. Розробка маркетингової стратегії виходу підприємства на ринок ЄС.
Тема 6. Функціональна структура логістики та логістичні системи на ринку ЄС.
Тема 7. Логістичні системи в сфері торгівлі на ринку ЄС.
Тема 8. Єврологістична інфраструктура.
Тема 9. Концептуальні засади смарт-логістики.

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Марценюк В. В., викладач кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Джеймс Р. Сток, Дуглас М. Ламберт «Стратегическое управление логистикой». Под редакцией В.И. Сергеева. Перевод с 4-го англ. изд. М.:ИНФРА-М, 2005.

2. Зяйлик М. Ф., Зяйлик, Л. Б. Євромаркетинг: навч. посібник. Київ: Кондор, 2009.

3. Назаренко В.М., Назаренко К.С. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности. М.: Центр экономики и маркетинга, 2000.

4. Стрельцов В.Ю. Європейська економічна інтеграція: навч. посіб. за заг. ред. М. Бойцуна, Я. Мудрого, О. Рудіка. Х.: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2009.