



Рівненський державний гуманітарний університет  
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,  
технологій та фізики  
Кафедра економіки та управління бізнесом

### АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Євромаркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредитів / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач	Стрільчук Руслан Миколайович
Профайл викладача на сайті кафедри	<a href="https://surli.cc/mtvxxd">https://surli.cc/mtvxxd</a>
E-mail викладача:	ruslan.strelchuk@rshu.edu.ua
Мова викладання	українська

#### Мета та завдання навчальної 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 маркетингових методів та інструментів.

**Завдання** навчальної дисципліни: набуття теоретичних знань з питань концепції, стратегії та тактики 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 стратегій для ефективної роботи на ринку ЄС; вивчення особливостей комунікаційного маркетингу.

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

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «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.

#### Спеціальні компетентності:

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

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

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

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен вміти:

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

Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

#### **Зміст навчальної дисципліни**

**ТЕМА 1.** Міжнародне середовище: економічний аспект

**ТЕМА 2.** Суть євромаркетингу та його сучасні концепції

**ТЕМА 3.** Аналіз умов маркетингової діяльності підприємств на ринку ЄС

**ТЕМА 4.** Розробка маркетингової стратегії виходу підприємства на ринок ЄС