




**Силабус навчальної дисципліни  
«Міжнародний B2B маркетинг»**

**Спеціальність: 075 Маркетинг  
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)
<b>Статус дисципліни</b>	Професійно-орієнтована навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
<b>Семестр</b>	Осінній семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин</b>	3 кредити/90 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та умінь, що формують профіль фахівця в галузі B2B маркетингу на основі теоретичних положень та сучасних форм і методів виробничо-господарської і комерційної діяльності, що панують у світовому економічному процесі та дає можливість студенту засвоїти особливості продажу, купівель, що здійснюються на B2B ринку, дізнатися, як ефективно виконати B2B маркетинг в глобальному контексті, розглянути 4 P комплекс міжнародного B2B маркетингу, оцінювати маркетингове міжнародне середовище сучасних компаній.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Цей курс допоможе у формуванні компетентностей щодо впровадження концепції B2B маркетингу та вміння використовувати ключові методи практичного вирішення проблем маркетингової діяльності міжнародних компаній, орієнтованих на бізнес-клієнтів, дасть можливість підвищити рівень професійних навичок, розвиваючи нові ідеї з різних країн та галузей промисловості.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вміння обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;</li> <li>- вміння збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення;</li> <li>- демонструвати вміння критично мислити в ситуаціях вибору стратегічних напрямків розвитку фірми, вміння сприймати конкретну бізнес-ситуацію глобально, знаходити причини змін маркетингового середовища; вміти генерувати чи змінювати альтернативні рішення на основі фактів і аргументів проведеного маркетингового аналізу;</li> <li>- вміння використовувати професійні методи управління поведінкою споживачів на зовнішньому ринку, враховуючи принципи ESOMAR;</li> <li>- уміння визначати стан та тенденції розвитку інтеграційних процесів, їх вплив на прийняття управлінських рішень в міжнародній діяльності;</li> <li>- уміння формувати взаємовідносини з персоналом і представниками зовнішнього середовища підприємства та формувати механізм та загальні підходи щодо підвищення ефективності міжнародного</li> </ul>

	маркетингу
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</b>	Здатність забезпечувати набуття вмінь в сфері маркетингового управління міжнародними компаніями, орієнтованими на бізнес-клієнтів та навичок приймати обґрунтовані стратегічні рішення на основі маркетингових методів, формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність та ефективність її функціонування, вирішувати маркетингові проблеми діяльності фірми, забезпечувати стійкий розвиток підприємства та укріплення його конкурентних позицій, інтеграцію функцій підприємства в єдину соціально-орієнтовану систему, розвивати креативні підходи до розробки маркетингових програм, комунікаційних заходів в online та offline, використовувати принципи, методи та інструменти стратегічного управління міжнародним науково-технічним співробітництвом та аналізувати діяльність сучасних ТНК, економічний механізм їх функціонування, визначати пріоритети та проблем розвитку в умовах глобалізації.
<b>Навчальна логістика</b>	<b>Зміст дисципліни:</b> Сутність, завдання та тенденції розвитку B2B маркетингу Особливості продажу та закупівель, що здійснюються на B2B ринку. Концепцію 4Ws, що використовується при B2B маркетинговому підході. B2B маркетинг в глобальному контексті. Комплекс міжнародного B2B маркетингу. Методи побудови та оцінка маркетингових стратегій в глобальному контексті. Міждержавні та міжгалузеві інновації. Маркетингове міжнародне середовище сучасних компаній. <b>Види занять:</b> лекції, практичні <b>Методи навчання:</b> навчальна дискусія, словесні, наочні, практичні; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення). <b>Форми навчання:</b> очна (offline, online), заочна
<b>Пререквізити</b>	Базові знання з маркетингу, маркетингу промислового підприємства, міжнародної економіки, менеджменту, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
<b>Пореквізити</b>	Знання з управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями можуть бути використані під час вивчення курсів Стратегічний маркетинг, Креативні технології міжнародних маркетингових комунікацій Маркетинг транснаціональних корпорацій, Міжнародна інноваційна діяльність та написання кваліфікаційної магістерської роботи
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b> 1. Крикавський Євген Васильович, Чухрай Наталія Іванівна. Промисловий маркетинг - К., 2004. 2. Куценко А.С. Основні проблеми і радикальні шляхи вирішення антикризового управління промисловими підприємствами - К., 2006. 3. Оснач О. Ф., Пилипчук В. П., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг - К., 2014. 4. Загорулько В.М., Борисенко О.С., Шевченко А.В. Промисловий маркетинг - К., 2015. <b>Репозитарій НАУ:</b> <a href="http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43029">http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43029</a>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторії теоретичного навчання, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Диференційований залік, тестування, практичне завдання

<b>Кафедра</b>	Маркетингу
<b>Факультет</b>	Факультет економіки та бізнес-адміністрування
<b>Викладач(і)</b>	 <p><b>Борисенко Олена Сергіївна</b>  <b>Посада:</b> доцент  <b>Вчене звання:</b> доцент  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук  <b>Профайл викладача:</b>  <a href="http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/170-borisenko-olena-sergijivna">http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/170-borisenko-olena-sergijivna</a>  <b>Тел.:</b> +380(44) 406-77-43  <b>E-mail:</b> <i>olena.borysenko@npp.nau.edu.ua</i>  <b>Робоче місце:</b> 2.203а</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	