

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТРАНСПОРТУ, МЕНЕДЖМЕНТУ І ЛОГІСТИКИ**

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

М Е Т О Д И Ч Н І Р Е К О М Е Н Д А Ц І Ї
до виконання домашнього завдання
з дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»

Спеціальність: 073 «Менеджмент»
Спеціалізація: «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Індекс: НМ-6-073/16-2.1.2

(шифр та назва напрямку (спеціальності) підготовки)

Розроблені к.е.н., доц. Білявським В.М.
(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б.
викладача)

Розглянуто та схвалено
на засіданні кафедри менеджменту ЗЕДП
Протокол № ___ від «__» _____ 20__ р.
Завідувач кафедри _____ Кириленко О.М.

ТЕМИ ДОМАШНЬОГО ЗАВДАННЯ

1. PR-компанії в міжнародному маркетингу.
2. Алгоритм здійснення міжнародних маркетингових досліджень.
3. Бенчмаркінг в міжнародних маркетингових дослідженнях.
4. Брендінг і формування іміджу міжнародної компанії.
5. Внутрішньо фірмовий маркетинг у ТНК.
6. Значення кольору у міжнародній маркетинговій діяльності компаній.
7. Інноваційний маркетинг як складова міжнародного маркетингу.
8. Міжнародна політика просування товарів на різних етапах життєвого циклу.
9. Міжнародні канали розподілу: типи, конфігурації, критерії вибору. Концепція «3 С».
10. Міжнародні маркетингові канали збуту товарів або послуг компаній.
11. Місце торгових марок в реалізації міжнародних товарних політик підприємств.
12. Організація глобальної маркетингової діяльності компанії.
13. Перехід від локальної до глобальної стратегії в міжнародній маркетинговій діяльності.
14. Персональний продаж в практиці діяльності міжнародних компаній.
15. Послуги аутсорсингу в міжнародній маркетинговій діяльності компаній.
16. Проблема вертикальних та горизонтальних конфліктів в міжнародних збутових мережах і механізми їх врегулювання.
17. Проблеми і правила проведення міжнародних опитувань за допомогою Інтернет.
18. Програмне забезпечення міжнародної маркетингової діяльності підприємства.
19. Ризики в міжнародній маркетинговій діяльності.
20. Розвиток носіїв реклами в країнах світу.
21. Система інформаційного забезпечення маркетингових досліджень на зовнішньому ринку.
22. Стратегії міжнародної реклами: сучасні тенденції.
23. Сучасні тенденції розвитку міжнародного маркетингу.
24. Теорія життєвого циклу для об'єктів права інтелектуальної власності в міжнародному маркетингу.

25. Тестування продуктів та ринків в міжнародних маркетингових дослідженнях.
26. Типи та порівняльна характеристика інвестування та контрактних угод як поширених стратегій виходу на зовнішні ринки.
27. Упаковка як елемент міжнародної товарної політики компанії.
28. Управління міжнародними товарними марками протягом їх життєвого циклу.
29. Чинники впливу на обрання компонентів комплексу просування.
30. Чинники, що впливають на форми зовнішньої експансії підприємств на зовнішні ринки.

Тема домашнього завдання (ДЗ) обирається за порядковим номером студента у журналі успішності.

ДЗ складається з *текстової частини*, виконання якої полягає у викладенні сутності певних питань у письмовій формі.

Матеріал, що висвітлює сутність проблеми ДЗ, має бути логічно структурованим, проілюстрованим графічно, **оформленим за встановленими вимогами**. Обов'язковим є авторське посилання на літературні джерела, що використані у підготовленій роботі.

Обсяг домашнього завдання складають 25-30 друкованих сторінок на аркушах формату А 4.

Вимоги:

- поля: ліве – 3,3 см.; праве – 1,5 см., верхнє – 2 см.; нижнє – 2 см.;
- шрифт – Times New Roman, 14;
- міжрядковий інтервал – 1,5;
- абзацний відступ – 1,25 см.;
- вирівнювання – по ширині;
- нумерація сторінок – у правому верхньому кутку аркуша.

Обов'язкові елементи роботи (послідовно):

- **титульний аркуш;**

- ЗМІСТ;
- ВСТУП;
- РОЗДІЛ 1;
- РОЗДІЛ 2;
- ...;
- ВИСНОВКИ;
- ВИКОРИСТАНІ ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА.

Наприкінці роботи подається список використаних літературних джерел. Оформлене належним чином *домашнє завдання* студент подає в зазначені строки на кафедру менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств, після чого воно проходить перевірку, на відповідність встановленим вимогам, провідним викладачем.

У разі якщо *домашнє завдання* отримало незадовільну оцінку то воно підлягає подальшому доопрацюванню і повторній перевірці.

Обов'язковою умовою є перевірка студентом ДЗ у програмі на текстові запозичення і роздруківка результатів цієї перевірки.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Д О М А Ш Н Є З А В Д А Н Н Я
з дисципліни «Міжнародний менеджмент та маркетинг»
на тему: «.....»

Виконав: студент гр. ___ ННІЕМ

П.І.П.

Перевірив: Білявський В.М.

Київ – 2017