

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
«Международный маркетинг»

Цель дисциплины - формирование и развитие профессиональных компетенций, необходимых для маркетингового обоснования принятия управленческого решения в области международного маркетинга.

Задачи дисциплины - обучение принципам, функциям, целям и задачам международного маркетинга; приемам и методикам проведения маркетингового исследования, особенностям сегментации международного рыночного пространства, а также механизмам оценки конъюнктуры рынка; формам внешнеэкономической деятельности; инструментам позиционирования компании на международном рынке; классификации конкурентных стратегий; организации распределения и коммуникации товара на международном рынке; портфолио – анализу компании; характеристике процесса разработки международной маркетинговой стратегии на современном этапе; механизму и стратегиям рыночного международного ценообразования; видам международных торговых сделок; приемам правовой защиты международных торговых сделок.

Содержание дисциплины – сущность международного маркетинга. Генезис концепций развития. Особенности развития в современных условиях глобальной экономики.

Особенности маркетинговых исследований структурных элементов международного рынка. Международный рынок как объект маркетинговой сегментации.

Товарные стратегии в международном маркетинге. Стратегии ценообразования.

Международные торговые сделки. Товарообменные операции. Методы проникновения на международный рынок.

Международные коммуникационные стратегии.

Правовые основы международного маркетинга.

Список литературы

1. Азарян Е. М. Международный маркетинг. Харьков.: Студцентр, 2003.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб.: Питер, 2001.

3. Международный маркетинг: Учеб. Пособие для вузов/ Алексеев С.В. и др. под ред. Н.А. Нагапетьянца.- 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

4. Мировая экономика и международный бизнес:учебник/под. Ред. В.В.Полякова, Р.К. Щенина.-3-е изд., стер.-М.:КНОРУС, 2006.

5. Ноздрева, Р.Б. Международный маркетинг: учебник/Р.Б.Ноздрева.- М.: Экономистъ, 2005.

Дополнительная литература

1.Багиев Г.Л. Маркетинг:учебник / Г.Л.Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн.-3-е изд., перераб. и доп. – СПб. : ПИТЕР, 2007.

2.Карпова, С.В. Практикум по международному маркетингу / С.В.Карпова. - М.: КНОРУС,2007.