

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Международный маркетинг в управлении проектом (International marketing for project management)  
наименование дисциплины

**Автор:** Старший преподаватель кафедры Международного менеджмента Цатурян С.Б.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.02 Менеджмент

**Квалификация (степень) выпускника:** Магистр

**Форма обучения:** Очная

### Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ПК-5.1	Знание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; моделей поведения экономических агентов и рынков; основных элементов процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.

### План курса:

#### Тема 1

Международный маркетинг vs маркетинг : ключи к достижению мирового успеха, глобализации или мировая адаптация, оценка рисков

#### Тема 2

Культура и международный маркетинг: международная маркетинговая среда, международная финансовая система,

#### Тема 3

Международное управление производством: международная конвергенция моделей потребления, компоненты сервиса, товарная политика, отличительные признаки продукта, атрибуты сервиса

#### Тема 4

Стандартизация и оптимизация: товары - новики и новые услуги на международном рынке

#### Тема 5

Проблемы глобализации бренда: международное ценообразование и дистрибуция, глобальные маркетинговые коммуникации.

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Вопросы для дискуссии:

Различать :

- внутренний маркетинг
- зарубежный маркетинг сравнительный маркетинг
- международный маркетинг
- транснациональный маркетинг
- глобальный маркетинг
- всемирный маркетинг

Различаются ли внутренний маркетинг и международный маркетинг только по масштабу, но не по характеру?

Объясните следующие критерии, используемые для идентификации понятия транснациональная коорпорация:

размер

внутренняя организация

производительность

деятельность

Различать:

- этноцентризм
- полицентризм
- геоцентризм

Каковы преимущества международного маркетинга?

### **Типовые оценочные средства**

#### **Тема групповой презентации**

Каждая группа учащихся должна подготовить презентацию в power point (ppt) на 15 минут на примере разбора концерна Луи Виттон Моэт Хеннесси, охватывающую следующие пункты:

1. история создания ЛВМХ
  2. ключевые факторы внешней среды для работы предприятия ЛВМХ в Азии
    - 2.1. мировые фактор
      - 2.1.1 Вид рынка
    - 2.2. Стратегия расширения корпорации ЛВМХ в Asia & способ выхода компании на рынок
  3. Адаптация компании ЛВМХ к культурным особенностям Азии
- Пять параметров модели Герта Хофстеде, определяющих характеристики национальных культур.
- 3.1. Стратегии пан-азиатского филиала компании ЛВМХ
  4. Рецензия маркетинговой стратегии компании в Азии
- Комплекс маркетинга. Требуется критический обзор маркетинговой стратегии.

### **Основная литература:**

1. International Marketing : Emerging Markets, edited by Shaoming Zou, and Huifen Fu, Emerald Group Publishing Limited, 2011. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=655554>.

