

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.4 «Международный маркетинг»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Д.э.н., профессор Философова Татьяна Георгиевна

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.06 Торговое дело "Международная торговля на региональных и мировых рынках"

Квалификация (степень) выпускника: Магистратура

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Целью дисциплины «Международный маркетинг» является формирование у студентов системы знаний об основах маркетинга в рамках осуществления внешнеэкономической деятельности.

Задачами дисциплины является освоение студентами основ теории и практики международного маркетинга при проведении внешнеторговых операций. На решение этой цели нацелено проведение лекционных и семинарских занятий, а также самостоятельная работа студентов.

План курса:

Тема 1. Введение в международный маркетинг. Особенности современной международной среды и ее элементы.

Тема 2. Международная маркетинговая стратегия

Тема 3. Товар и международная товарная политика

Тема 4. Брендинг в международном маркетинге

Тема 5. Цена и ценообразование на международных рынках

Тема 6. Международная коммуникационная деятельность и сбытовая политика международной компании на внешних рынках

Тема 7. Международная конкуренция и конкурентоспособность

Тема 8. Методология международных маркетинговых исследований

Тема 9. Организация маркетингового планирования во внешнеэкономической деятельности, управление маркетинговыми службами

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, реферат, доклад.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: экзамен.

Основная литература:

1. Моргунов В.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ В.И. Моргунов, С.В. Моргунов— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 182 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/52268.html>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Акулич И.Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ И.Л. Акулич— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/28128.html>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Санжаровский К.В. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ К.В. Санжаровский, М.А. Шемчук— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2014.— 113 с.—

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/61268.html>.— ЭБС «IPRbooks».