

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.11 «Международный маркетинг / INTERNATIONAL MARKETING»**

**Автор:** к.э.н., доцент Морева Е.Л.

**Направление 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Управление финансами во внешнеторговой деятельности»**

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная**

**Цель освоения дисциплины:** сформировать компетенции в области проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности; для участия в подготовке и принятии решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности внешнеторговых организаций; для участия в разработке и реализации комплекса мероприятий по осуществлению внешнеэкономической деятельности организации (служб, отделов)

#### **План курса:**

Тема 1	Introduction to International Marketing (IM).
Тема 2	A Research Process of International Markets.
Тема 3	Marketing mix & strategies in International Marketing Product: A Product in international markets
Тема 4	Marketing mix & strategies in International Marketing: International Pricing
Тема 5	Marketing mix & strategies in International Marketing: Global Promotion
Тема 6	Organization & Management of International marketing activities.

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

В рамках текущего контроля успеваемости студенты подготавливают доклады, выполняют рефераты, участвуют в дискуссиях, опрашиваются устно. Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: экзамен.

Компетенция **ПК-10** формирует

#### **на уровне знаний:**

- знание принципов и порядка участия в разработке комплекса мероприятий по продвижению отечественных товаров на зарубежные рынки при разработке технико-

экономического обоснования по установлению прямых производственных связей, созданию и развитию бизнеса на основе договоров, для мониторинга рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, а также для осуществления процедуры закупок

**на уровне умений:**

- умение взять на себя часть функций по разработке комплекса мероприятий по закупкам товаров на зарубежных рынках и продвижению товаров на внешние рынки при разработке технико-экономического обоснования по установлению прямых производственных связей, созданию и развитию бизнеса на основе договоров, для мониторинга рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, а также для осуществления процедуры закупок

**на уровне навыков:**

- владение навыками разработки комплекса мероприятий по продвижению отечественных товаров на зарубежные рынки при разработке технико-экономического обоснования по установлению прямых производственных связей, созданию и развитию бизнеса на основе договоров, для мониторинга рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, а также для осуществления процедуры закупок

**Компетенция ДПК-2 формирует**

**на уровне знаний:**

- знание методов выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, прогнозировать спрос потребителей на экспортно-импортную продукцию для организации сбора, систематизация, изучение и обобщение информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также для целей составления планов и обоснования закупок и консультирования по закупкам для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.

**, на уровне умений:**

- умение грамотно применять методы выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, прогнозировать спрос потребителей на экспортно-импортную продукцию для организации сбора, систематизация, изучение и обобщение информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также для целей составления планов и обоснования закупок и консультирования по закупкам для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.

**на уровне навыков:**

- владение навыками применения методов выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, прогнозировать спрос потребителей на экспортно-импортную продукцию для организации сбора, систематизация, изучение и обобщение информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также для целей составления планов и обоснования закупок и консультирования по закупкам для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.

## **Компетенция ДПК-3 формирует**

### **на уровне знаний:**

- знание принципов и способов управления логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы во внешнеэкономической деятельности для организации сбора, систематизация, изучение и обобщение информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также при осуществлении процедур закупок

### **на уровне умений:**

- умение применять принципы и способы управления логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы во внешнеэкономической деятельности для организации сбора, систематизация, изучение и обобщение информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также при осуществлении процедур закупок

### **–на уровне навыков:**

- готовность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы при реализации экспортно-импортных операций для организация сбора, систематизация, изучение и обобщение информационных материалов по маркетингу; об экономической, сбытовой и прочей деятельности организаций (фирм), с которыми заключены договора о сотрудничестве в части снабжения и сбыта, а также при осуществлении процедур закупок

## **Основная литература:**

1. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Сейфуллаева М.Э.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8095>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Зобов А.М. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Зобов А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2013.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11529>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Акулич И.Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28128>.— ЭБС «IPRbooks»