

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
 Должность: и.о. директора Института экономики и управления
 Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25
 Уникальный идентификатор: 46f7031a70469585fdb4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Международный маркетинг
Краткое содержание	Сущность и роль международного маркетинга в развитии мировой экономики. Методологические основы управления международным маркетингом. Среда международного маркетинга. Подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области международного маркетинга. Формирование информационно-справочной системы о зарубежных фирмах. Международное сегментирование и стратегии выхода на зарубежные рынки. Особенности планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных международных рынках сбыта на основе потребительского поведения. Международная конкуренция и конкурентоспособность. Методы и способы выхода на зарубежные рынки. Планирование, регулирование и контроль в международном маркетинге. Международная товарная политика. Ценовая политика в международном маркетинге. Международные средства коммуникации. Кадровая политика в управлении маркетингом на международном рынке.
Результаты освоения дисциплины	- опираясь на знания подходов к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга, способен оценивать воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и принимать маркетинговые решения, способствующие выходу на зарубежные рынки. - опираясь на знания особенностей планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных международных рынках сбыта на основе потребительского поведения, способен планировать производство и сбыт продукции на за рубежные рынки с учетом рыночной конъюнктуры.
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Зачет с оценкой Реферат
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 182 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02720-8, экземпляров неограничено 2. Девлетов, О. У. Международный маркетинг : учебное пособие / О.У. Девлетов. - Москва Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 377 с. : ил., схем., табл. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр.: с. 370-374. - ISBN 978-5-4475-6090-4, экземпляров неограничено 3. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг Электронный ресурс : учебник / М.Э. Сейфуллаева. - Международный маркетинг, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 319 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-238-00800-7, экземпляров неограничено
Дополнительная литература	1. Акулич, И. Л. Международный маркетинг : Учебник / Акулич И. Л. - Минск : ТетраСистемс, Тетралит, 2014. - 512 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-985-7081-32-5, экземпляров неограничено

- | | |
|--|---|
| | <p>2. Яковлева, Е. А. Международный маркетинг / Е.А. Яковлева ; М.А. Шибасев. - Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2012. - 88 с. - ISBN 978-5-7994-0508-3, экземпляров неограничено</p> <p>3. Международный маркетинг : учеб. пособие для вузов / [Нагапетьянц Н. А., Романенкова О. Н., Каменева Н. Г. и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2013. - 290, [1] с. : ил. ; 22. - (Вузовский учебник). - Гриф: Доп. МО. - Библиогр.: с. 287-288. - ISBN 978-5-9558-0219-0. - ISBN 978-5-16-004983-0, экземпляров неограничено</p> <p>4. Лашко, С. И. Международный маркетинг : Учебное пособие / Лашко С. И. - Краснодар : Южный институт менеджмента, 2012. - 248 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-93926-211-8, экземпляров неограничено</p> |
|--|---|