АННОТАЦИЯ

дисциплины

«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки – 38.04.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Магистерские программы - «Маркетинг».

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Международный маркетинг» (Б1.В.ДВ.4.1) относится к вариативной части основной профессиональной образовательной программы и является дисциплиной по выбору обучающегося.

 **2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в п. 3 аннотации.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- приобретение знаний, указанных в п. 3 аннотации;

- приобретение умений, указанных в п. 3 аннотации;

- приобретение навыков, указанных в п. 3 аннотации.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций: ОК-1, ОК-2, ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

особенности международного маркетинга как концепции внутрифирменного управления и целостной системы организации международной экономической деятельности;

основные виды международной маркетинговой деятельности;

основные подходы к планированию и организации международной
маркетинговой деятельности;

разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникативных технологий в международном маркетинге;

специфику международной маркетинговой деятельности в отдельных
отраслях и сферах деятельности, странах и регионах.

УМЕТЬ:

оценивать окружающую среду для обоснования принятия решения
о выходе фирмы на внешний рынок и разработки стратегии международного маркетинга;

разрабатывать маркетинговые мероприятия с учетом общности и особенностей маркетинговой среды зарубежных стран;

выявлять особенности международной маркетинговой деятельности
при выходе компании на рынки отдельных стран различных регионов мира;

учитывать специфику сферы деятельности компании при принятии
решений международного маркетинга.

ВЛАДЕТЬ:

теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для принятия альтернативных решений по разработке маркетинговых программ в увязке с целями и ресурсами фирмы, с учетом специфики
международного маркетинга;

навыками управления международной маркетинговой деятельностью
компании.

**4. Содержание и структура дисциплины**

Концепция международного маркетинга

Структура международной маркетинговой среды

Исследования в международном маркетинге и их особенности

Планирование и организация международной маркетинговой деятельности

Международный маркетинг-микс, сущность и особенности

Практика международного маркетинга в отдельных странах и регионах мира.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 3 зачетных единицы (108 час.).

**Для очной формы обучения в том числе:**

лекции – 14 час.

практические занятия – 28 час.

самостоятельная работа – 66 час.

Форма контроля знаний – зачет.

**Для заочной формы обучения** в том числе:

лекции – 6 час.

практические занятия – 12 час.

самостоятельная работа – 86 час.

контроль - 4 час.

Форма контроля знаний – зачет.