

Рабочая программа дисциплины
«Международный маркетинг»
International marketing

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Присваиваемая квалификация: «бакалавр»

Автор: доктор социологических наук, проф. Викторов А.Ш.

Аннотация

Дисциплина «Международный маркетинг» включает в себя теоретическую и практическую актуализацию проблемы международного маркетинга в современном глобальном обществе в условиях социально-экономических изменений.

Цель дисциплины – дать студентам представление об основах международного маркетинга, особенностях международной маркетинговой деятельности и навыки использования маркетинговых инструментов на международных рынках.

Задачи дисциплины:

- показать характер взаимодействия между международным маркетингом и современным глобальным обществом;
- раскрыть представление о современном состоянии и тенденциях развития международного маркетинга;
- рассмотреть стратегии проникновения организации на международные рынки;
- определить специфику международного комплекса маркетинга;
- показать способы применения принципов и методов международного маркетинга в практике компаний для активизации международного взаимодействия.

Успешное освоение дисциплины основано на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных при изучении дисциплин: «Философия», «Социология», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

Для освоения дисциплины будущий бакалавр должен обладать знаниями основ теоретической социологии, менеджмента, основ методологии и методики маркетингологического исследования и умением использовать их при анализе социально-экономических проблем.

Курс «Международный маркетинг» является интерактивным, практико-ориентированным с применением следующих технологий: кейс-метод, деловая игра, тесты, контрольные вопросы, групповые и индивидуальные практические задания, разбор конкретных ситуаций, подготовка эссе, докладов, рефератов.