

Задания студентам по курсу «Международный маркетинг»
4 курс бакалавриат д/о 38.03.02 Менеджмент

Преподаватель: проф. Викторов А.Ш. (8 916 830 19 77; e-mail: aviktorov@bk.ru)

Контрольные вопросы для подготовки к семинарским занятиям
(*Старосте ответы всей группы по каждой лекции присылать одним e-mail еженедельно до пятницы в письменном виде*)

Тема 5. Международная маркетинговая среда

Лекция 5.1 Общее представление о международной маркетинговой среде
(27.11.2020)

Контрольные вопросы:

1. В чем специфика определения маркетинговой среды Ф. Котлера?
2. Какой комплекс переменных международной маркетинговой среды поддается контролю, а какой – нет?
3. Кто такие маркетинговые посредники?
4. Перечислите основные технологические факторы, которые оказывают влияние на развитие современного общества XXI века.

Практическое задание

Составьте перечень контактных аудиторий, членами которых Вы себя считаете.

Литература

Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: ООО «И.Д. Вильямс». 2011. С. 77-79.

Григорьев М.Н. Маркетинг. М. 2017. С. 36-65.

Лекция 5.2 Измерение и анализ международной маркетинговой среды
(04.12.2020)

Контрольные вопросы:

1. В чем особенность трехуровневой модели международной маркетинговой среды?
2. Почему компания должна обязательно провести анализ факторов внешней среды?
3. Дайте характеристику социальных факторов международной маркетинговой среды.
4. На какие решения международной маркетинговой деятельности могут оказать влияние политические факторы?

Практическое задание

- Сравните оперативную международную маркетинговую среду на мезоуровне (в России и странах Евросоюза). Покажите на примерах.
- Проведите РЕСТ анализ любой российской международной компании.

Литература

Черенков В.И. Международный маркетинг. СПб. 2003. С. 86-87; 93-96; 99-102.

Моисеева Н.К. Международный маркетинг и бизнес. М. 2018. С. 53-57.

Воробьева М.М. Международный маркетинг. М. 2019. С. 41-65.