

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

Преподаватель: проф. Викторов А.Ш. (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 1. Введение в предметную область международного маркетинга

Лекция 3.1 Предмет международного маркетинга (общая характеристика)

Контрольные вопросы:

1. Как Вы понимаете высказывание: «Международный маркетинг – это философия и технология международного бизнеса»?
2. Почему именно обмен является основной и исходной категорией международного маркетинга?
3. Что такое международное маркетинговое конфигурирование?
4. Назовите семь причин активизации международных компаний в международном разделении труда?

Практическое задание

Приведите примеры стратегических мотивов, которые побуждают национальные российские (частные, семейные, государственные) компании к развитию международной маркетинговой деятельности.

Литература

Черенков В.И. Международный маркетинг. СПб. 2003. С. 12-18; 33-34; 294-299.

Лекция 3.2 Концептуальная основа маркетинга

Контрольные вопросы:

1. Какое название получила в зарубежной и отечественной практике внешнеэкономическая деятельность маркетинга?
2. Какие три условия должна соблюдать компания при реализации товаров за пределами своей страны, чтобы получить определение международной маркетинговой?
3. Какие формы экспансии на зарубежные рынки Вы знаете?
4. Что выступает концептуальной основой формирования международного маркетинга?

Практическое задание

Проведите анализ, в каких ошфорных зонах наиболее велика активность российских бизнес-структур? Дайте этому свое объяснение.

Литература

Карпова С.В. Международный маркетинг. М. 2017. С. 11-19.

Григорьев М.Н. Маркетинг. М. 2017. С. 512-524.