

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:23

Уникальный идентификатор: ef5a4fe6ed0ffdf71a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f8bca882b8d602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Международный маркетинг»

Направление подготовки - 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) - «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования - бакалавриат

Форма обучения - очная

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – освоение навыков разработки и реализации мероприятий по выводу продукции на внешние рынки.

Задачи дисциплины: на базе теоретических основ организации деятельности на международных рынках, включающих понимание сущности процессов интернационализации фирмы, сформировать:

- способность анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять мотивы и ограничения выхода на внешние рынки;
- способность выбирать формы организации исследований международных рынков;
- способность выбирать и обосновывать способы выхода на внешние рынки;
- способность разрабатывать мероприятия по выводу продукции на внешние рынки на основе комплекса маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы и направлена на формирование компетенции ПК-5 «Способен проводить маркетинговые исследования и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на основе результатов исследования» подкомпетенция ПК-5.ММ «Способен формировать предложения по продвижению продукции на внешние рынки, используя результаты их исследования».

Входные требования к дисциплине – знание экономики предприятия, умение калькулировать затраты и рассчитывать цену товара, умение разрабатывать управленческие решения и оценивать их последствия; иметь опыт математической обработки статистических данных в целях обоснования принимаемых решений.

В результате освоения дисциплины студент должен:

- знать теоретические основы и принципы разработки и реализации мероприятий по выводу продукции на внешние рынки;
- овладеть умением определять вид маркетинговой информации, полученной в результате исследования внешних рынков и применять модель трех фильтров для выбора страны выхода;
- овладеть навыками определения способа выхода на внешний рынок.

3. Краткое содержание дисциплины

Дисциплина включает пять разделов: «Сущность международного маркетинга. Основные этапы интернационализации фирмы», «Изучение международных рынков», «Изучение внешней среды международного маркетинга», «Изучение способов выхода на международный рынок», «Маркетинговый комплекс на международном рынке».

Разработчик:

Доцент каф. МиУП к.э.н. Седова О.В.