Аннотация дисциплины

Международный маркетинг

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Цель дисциплины: формирование у студентов целостного представления, расширение теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области управления разными аспектами международного маркетинга с учетом зарубежного и российского опыта.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина цикла профиля (элективный) модуля 10 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

**Краткое содержание:** Современная концепция международного маркетинга. Понятие глобализации в экономике. Правовые основы организации и управления отдельными аспектами международного маркетинга. Специфика работы организаций разных форм собственности на международных рынках с учетом факторов как внешней, так и внутренней среды. Инновационные подходы к организации и осуществлению международной деятельности с применением информационных технологий. Формирование навыков поиска и анализа релевантной информации при разработке маркетинговых стратегий выхода на зарубежные рынки, осуществлению маркетинговой деятельности с учетом специфики конкретного рынка, оценка эффективности проводимых мероприятий и выработка предложений по их совершенствованию.