

АННОТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МЕЖДУНАРОДНЫЙ 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.

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.