

**Аннотация  
рабочей программы дисциплины  
Международный маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: «Менеджмент организации»

Год начала подготовки: 2018

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет

**Место дисциплины в структуре образовательной программы:**

Дисциплина «Международный маркетинг» является дисциплиной по выбору учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент".

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при прохождении практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении дисциплины «Управление рисками»; прохождении практик: «Практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Преддипломная практика»; защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

**Содержание дисциплины (тематический план):**

1. Сущность и содержание международного маркетинга.
2. Регулирование внешнеэкономической деятельности
3. Международная маркетинговая среда
4. Методы международного маркетинга и его принципы
5. Структура и задачи маркетинговых исследований на международном рынке
6. Стратегии предприятия (компании, фирмы) на международном рынке
7. Ценовая политика на внешнем рынке
8. Сбытовая политика на международном рынке
9. Стратегии выхода на международные рынки

**Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:**

ПК-9 - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

**Разработчик:** кафедра коммерческого товароведения