

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Международный маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: «Менеджмент организации»

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", профиль «Менеджмент организации». Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплины: Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих курсов: Практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломной практики, «Управление рисками».

Содержание дисциплины (тематический план):

Концепция международного маркетинга

Особенности международной маркетинговой среды

Маркетинговые исследования и анализ зарубежных рынков

Комплекс маркетинговых мер воздействия на внешний рынок

Управление международной маркетинговой деятельностью

Особенности развития международного маркетинга в России

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