

Аннотация рабочей программы дисциплины Маркетинг во внешней торговле

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль): Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле

Год начала подготовки 2020

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 4 з.е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг товаров» относится к вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.07 Товароведение.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении курсов: «Товарная информация», Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих курсов: «Мерчендайзинг», «Логистика», «Организационно-управленческая деятельность торговых предприятий», «Технологии продаж», «Технологии сервиса в торговле», Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломная практика, «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Защита выпускной квалификационной работы».

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Сущность маркетинга во внешней торговле
2. Международный и национальный маркетинг: общие и отличительные черты
3. Основные характеристики глобализации экономики
4. Транснациональные компании (ТНК) как основные субъекты международного маркетинга
5. Тенденции развития Российских и зарубежных ТНК
6. Среда международного маркетинга
7. Международная маркетинговая макросреда
8. Кросскультурные аспекты поведения потребителей на международном рынке
9. Маркетинговые исследования на мировом рынке
10. Товарная политика в международном маркетинге
11. Особенности ценообразования
12. Процесс установления цены на экспортные товары
13. Система международных каналов распределения
14. Коммуникационная политика фирм на зарубежных рынках.
15. Стратегические решения в международном маркетинге
16. Управление международной маркетинговой деятельностью

ПК-14 - способностью осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их

выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь.

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения