

«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль) Инновационный менеджмент

	Форма обучения
	Очная
Курс	2
Семестр	4
Лекции, часы	14
Практические занятия, часы	44
Экзамен, семестр	4
Контактная работа по учебным занятиям, часы	58
Самостоятельная работа, часы	50
Всего часов/зачетных единиц	108/3

1 Цель учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов необходимых компетенций для эффективного управления международной маркетинговой деятельностью на предприятиях в рамках любой организационно-правовой формы и в их структурных подразделениях в условиях конкурентной международной рыночной среды.

2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- сущность, основные понятия и категории международного маркетинга;
- концепции и виды международного маркетинга;
- инструментарий международного маркетинга;

уметь:

- формировать концепцию маркетинга для конкретных областей и сфер деятельности;
- осуществлять анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации;
- разрабатывать и реализовывать стратегию международного маркетинга.

владеть:

- знаниями позволяющими формировать товарную и ценовую политику на международных целевых рынках;
- методами международных маркетинговых исследований;
- инструментами международной коммуникационной политики и политики распределения;
- функциями управления международной маркетинговой деятельностью;
- методами оценки эффективности международной маркетинговой деятельности.

3 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименования формируемых компетенций
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
ПК-5.	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации

4 Образовательные технологии:

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Формы проведения занятий:

- Мультимедиа
- Проведение дискуссий
- Проблемные / проблемно-ориентированные
- Деловые игры
- Расчетные

«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Направленность (профиль) Инновационный менеджмент

	Форма обучения
	Очная
Курс	2
Семестр	4
Лекции, часы	14
Практические занятия, часы	44
Экзамен, семестр	4
Контактная работа по учебным занятиям, часы	58
Самостоятельная работа, часы	158
Всего часов/зачетных единиц	216/6

1 Цель учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов необходимых компетенций для эффективного управления международной маркетинговой деятельностью на предприятиях в рамках любой организационно-правовой формы и в их структурных подразделениях в условиях конкурентной международной рыночной среды.

2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- сущность, основные понятия и категории международного маркетинга;
- концепции и виды международного маркетинга;
- инструментарий международного маркетинга;

уметь:

- формировать концепцию маркетинга для конкретных областей и сфер деятельности;
- осуществлять анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации;
- разрабатывать и реализовывать стратегию международного маркетинга.

владеть:

- знаниями позволяющими формировать товарную и ценовую политику на международных целевых рынках;
- методами международных маркетинговых исследований;
- инструментами международной коммуникационной политики и политики распределения;
- функциями управления международной маркетинговой деятельностью;
- методами оценки эффективности международной маркетинговой деятельности.

3 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименования формируемых компетенций
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
ПК-5.	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации

4 Образовательные технологии:

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов.

Формы проведения занятий:

- Мультимедиа
- Проведение дискуссий
- Проблемные / проблемно-ориентированные
- Деловые игры
- Расчетные