

ГЛОБАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

**Специальность 6-05-0611-04 «Электронная экономика»
профилизация «Электронный маркетинг»**

	Форма получения высшего образования	
	Очная (дневная)	Заочная
Курс	3	4
Семестр	6	7
Лекции, часы	16	4
Практические (семинарские) занятия, часы	16	4
Зачет, семестр	6	7
Аудиторных часов по учебной дисциплине (в том числе часы на управляемую самостоятельную работу)	32	8
Самостоятельная работа, часы	76	100
Всего часов по учебной дисциплине /зачетных единиц	108 / 3	

1. Краткое содержание учебной дисциплины

Рассматриваемая дисциплина призвана раскрыть сущность глобального маркетинга и сформировать у обучающихся необходимые знания, умения и навыки для эффективного управления международной маркетинговой деятельностью организаций в условиях конкурентной международной рыночной среды.

2. Результаты обучения

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- знать сущность, основные понятия и категории глобального маркетинга; концепции и виды глобального маркетинга; инструментарий и основные элементы комплекса глобального маркетинга;
- уметь осуществлять анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации; разрабатывать комплекс глобального маркетинга; разрабатывать стратегию организации на мировом рынке; оценивать эффективность глобального маркетинга;
- иметь навык разработки комплекса маркетинга, нацеленного на формирование и укрепление конкурентной позиции организации/товара на мировых рынках.

3. Формируемые компетенции

Обучающийся должен уметь осуществлять маркетинговую деятельность, нацеленную на формирование и укрепление конкурентной позиции организации / товара на мировых рынках.

4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации.

По истечении отдельных практических занятий предусмотрены текущие опросы. По истечении курса предусмотрен зачет. Итоговая оценка определяется как сумма текущего контроля и промежуточной аттестации.