

# «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	8
Практические занятия, часы	52
Экзамен, семестр	4
Контактная работа по учебным занятиям, часы	60
Самостоятельная работа, часы	48
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 международных 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
ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-2	способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

**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