

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Основы международного маркетинга

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Основы международного маркетинга» является получение знаний и компетенций, обеспечивающих понимание влияния интернационализации национальной экономики и глобализации мировых рынков на деятельность предприятий, а также формирование у студентов совокупности знаний в области теории и практики международного маркетинга, приобретение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области внешнеторговой маркетинговой деятельности. Изучение дисциплины должно способствовать формированию у студентов маркетингового мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики международного маркетинга;
- исследование международного рынка;
- изучение маркетинговых исследований на мировых рынках;
- изучение особенностей сегментации, стратегии выхода на международные рынки;
- изучение товарной политики на внешних рынках;
- изучение международных коммуникационных стратегий;
- изучение ценообразования в международном маркетинге.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата

38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПКВ-3 : Способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия	ПКВ-3.1к : Участвует в разработке новых продуктов, в т.ч. цифровых, в формировании и развитии ассорти- мента, создании и управлении нематериальными активами (брендами) организации	РД1	Знание	- знание терминов «международный рынок», «международный маркетинг», «товар», «международные маркетинговые коммуникации», «конъюнктура международного рынка» и др. - статистических методов анализа и прогнозирования потребительского спроса
		ПКВ-3.2к : Выбирает и предлагает направления совершенствования ценовой политики организации за счёт методов идентификации и классификации импортных товаров	РД2	Умение	- изучать и анализировать рыночную ситуацию, оценивать текущий и перспективный потенциал спроса
		ПКВ-3.3к : Разрабатывает предложения по совершенствованию системы распределения и сбытовой политики организации на основе классификации товаров в соответствии с ТН ВЭД	РД3	Навык	- аналитическими методами анализа маркетинговой информации, изучения и прогнозирования потребительского спроса, конъюнктуры рынка - методами анализа и интерпретации экономической, маркетинговой информации для оценки состояния и прогноза развития бизнеса предприятия

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Сущность международного маркетинга
- 2) Среда международного маркетинга.
- 3) Информационное обеспечение принятия решений в международном маркетинге.
- 4) Возможности выхода фирмы на внешние рынки.
- 5) Поведение потребителей в международном маркетинге.
- 6) Управление международной маркетинговой деятельностью (Товарная политика, ценовая политика, стратегия продвижения и распределения на внешних рынках)

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Б1.ДВ.Б	6	3	55	18	36	0	1	0	53	3

Составители(ль)

Ким А.Г., кандидат экономических наук, профессор, Кафедра таможенного дела и логистики, angelina.kim@vvsu.ru