Направление подготовки: Международная Экономика, магистратура, очное обучение

Дисциплина: «Международный маркетинг»

<u>Аннотация</u>

Трудоемкость: 4 ECTS, 144 академических часа.

Форма итогового контроля: экзамен.

Краткое содержание. Настоящая учебная программа составлена для студентов магистрантов Экономического факультета, изучающих предмет «Международный маркетинг».

Целью дисциплины является представление современной концепции «Международный маркетинг».

Задача дисциплины - раскрытие отличий международного маркетинга от национального маркетинга, его особенностей, предпосылок возникновения, а также важнейших стратегических и организационных вопросов с которыми сталкивается компания при расширении географии бизнеса.

Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности: Дисциплина «Международный маркетинг» относится к дисциплинам специализации магистерской программы и предполагает наличие базовых знаний по следующим дисциплинам: микроэкономика, макроэкономика, маркетинг.

Требования к исходним уровням знаний и умений студентов: знания по базовому курсу по дисциплине “Маркетинг”