

Цель освоения дисциплины

Изучить основы международного маркетинга.

Краткое содержание дисциплины

1. Маркетинг и международный маркетинг
2. Цели и задачи экспорта, экспортные модели
3. Куда экспортировать, с чего начать? Исследования рынка
4. Модели дистрибуции. Для чего нужны дистрибьюторские сети?
5. Как искать партнёров за рубежом (активный / пассивный поиск)?
6. В чём нуждаются зарубежные дистрибьюторы? Как их поддерживать и развивать?
7. Как выставлять планы и распределять бюджеты между рынками?
8. В чём смысл индивидуальных маркетинговых планов на зарубежных рынках?
9. Совместные акции: для чего проводить, как делить бюджет, ответственность?
10. Знание бренда. Продвижение продукции на международном рынке (ATL, BTL)
11. Самая эффективная зарубежная выставка
12. Мероприятия, которые не забывают, мероприятия, которые продают
13. Внешний и внутренний PR международного маркетинга
14. Как начать карьеру в международном маркетинге?

Преподаватель



Холоднов
Илья Владимирович

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,
108 часа.

Итоговый контроль

Проводится в форме
защиты проектов.