

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"**

**Факультет    Стратегического управления и международного бизнеса**

**Кафедра       Менеджмента внешнеэкономической деятельности**

**АННОТАЦИЯ  
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
"Международный менеджмент и маркетинг"**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель освоения дисциплины - формирование системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для управления маркетинговой деятельностью в международных компаниях, осуществление в этих хозяйственных формированиях основных функций менеджмента - планирования, организации, управления персоналом, коммуникации, мотивации, управления, контроля.  
Предмет дисциплины - система управленческих отношений, методов и маркетинговых инструментов в международной деятельности.

**2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

- выявить роль и значение международного менеджмента и маркетинга в деятельности современных предприятий;
- охарактеризовать современные маркетинговые стратегии;
- научить анализировать основные особенности управления маркетинговой деятельностью ТНК;
- освоить подходы к разработке комплекса маркетинговых мероприятий на предприятии при осуществлении мбеждународной деятельности;
- сформировать у обучающихся умение грамотно анализировать ситуации, в которых оказывается предприятие, работающее на международном рынке;
- научить использовать полученные знания при анализе перспектив выхода предприятия на внешний рынок, при составлении внешнеторговых контрактов, при подготовке переговоров с иностранными партнерами.

**3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Цикл (раздел) ОПОП ВО:    Б1.В.02

*1.3.1. Дисциплина "Международный менеджмент и маркетинг" опирается на следующие элементы*

Управление изменениями

Современный стратегический анализ

*1.3.2. Дисциплина "Международный менеджмент и маркетинг" выступает опорой для следующих элементов:*

Стратегическое планирование и бизнес-план

Риск-менеджмент

Управление инвестициями и проектами

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

**4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

УК-1

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

**3.1 Знать:**

этику делового общения и правила ведения переговоров;

**3.2 Уметь:**

разрабатывать стратегические и текущие планы для осуществления организацией внешнеэкономической деятельности;

**3.3 Владеть:**

инструментами мониторинга внешних рынков;

**5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость: 108 / 3

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

**6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование разделов и тем / вид занятия/**

Раздел 1. Теоретико - методологические аспекты международного менеджмента и маркетинга
Тема 1.1. Современные концепции междуна-родного менеджмента и маркетинга /Лек/
Тема 1.1. Современные концепции междуна-родного менеджмента и маркетинга /Сем зан/
Тема 1.1. Современные концепции междуна-родного менеджмента и маркетинга /Ср/
Тема 1.2. Среда международного менеджмента и маркетинга /Лек/
Тема 1.2. Среда международного менеджмента и маркетинга /Сем зан/
Тема 1.2. Среда международного менеджмента и маркетинга /Ср/
Тема 1.3. ТНК как основной субъект международной бизнес- деятельности /Лек/
Тема 1.3. ТНК как основной субъект международной бизнес- деятельности /Сем зан/
Тема 1.3. ТНК как основной субъект международной бизнес- деятельности /Ср/
Тема 1.4. Торговые операции ТНК на международных рынках /Лек/
Тема 1.4. Торговые операции ТНК на международных рынках /Сем зан/
Тема 1.4. Торговые операции ТНК на международных рынках /Ср/
Раздел 2. Практические аспекты осуществления международного менеджмента и маркетинга
Тема 2.1. Стратегии выбора фирмой способов выхода на внешний рынок /Лек/
Тема 2.1. Стратегии выбора фирмой способов выхода на внешний рынок /Сем зан/
Тема 2.1. Стратегии выбора фирмой способов выхода на внешний рынок /Ср/
Тема 2.2. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке /Лек/
Тема 2.2. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке /Сем зан/
Тема 2.2. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке /Ср/
Тема 2.3. Анализ конкурентной среды и оценка конкуренто-способности фирмы и товара на зарубежном рынке /Лек/
Тема 2.3. Анализ конкурентной среды и оценка конкуренто-способности фирмы и товара на зарубежном рынке /Сем зан/
Тема 2.3. Анализ конкурентной среды и оценка конкуренто-способности фирмы и товара на зарубежном рынке /Ср/
Тема 2.4. Управление ценообразованием в международной деятельности /Лек/
Тема 2.4. Управление ценообразованием в международной деятельности /Сем зан/
Тема 2.4. Управление ценообразованием в международной деятельности /Ср/
Тема 2.5. Сбытовая политика в системе международного маркетинга /Лек/
Тема 2.5. Сбытовая политика в системе международного маркетинга /Сем зан/
Тема 2.5. Сбытовая политика в системе международного маркетинга /Ср/
Консультация /Конс/

**Составитель: канд. экон. наук, доцент Кулешова Л.В.**

**Согласовано:  
Проректор**



**Л.Н. Костина**