

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению
«Менеджмент»

Третье издание, переработанное и дополненное

СЕЙФУЛЛАЕВА М.Э. и другие.

Раскрыто содержание основных вопросов международного маркетинга, характеризующих его сущность в современных условиях, среду международного бизнеса, особенности исследований зарубежных рынков, вопросы товарной политики ТНК и конкурентоспособности как экспортного товара, так и международной компании. Изложена специфика международных систем распределения и товародвижения, международных маркетинговых коммуникаций. Рассмотрены основные стратегические решения в международном маркетинге, а также формы выхода ТНК на внешние рынки. Сформулированы профессиональные компетенции для студентов. Для закрепления знаний по каждому разделу учебника приведены контрольные вопросы, тестовые задания, примеры анализа практических ситуаций.



эффективной

международной

маркетинговой

стратегии.

Для подготовки бакалавров и магистров экономики по направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг» в образовательном процессе экономических вузов через комплекс дисциплин: «Международный маркетинг», «Международный менеджмент», «Управление маркетингом», «Стратегический маркетинг», «Международные маркетинговые стратегии», «Кросс-культурный маркетинг»; в учебных дисциплинах системы послевузовского образования и повышения квалификации; а также для практической деятельности менеджеров российских транснациональных компаний в целях разработки

Ссылка в Национальной электронной библиотеке, платформе eLibrary

<https://elibrary.ru/item.asp?id=65679929>