

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Международный маркетинг и менеджмент»

Дисциплина «Международный маркетинг и менеджмент» является частью программы бакалавриата «Лингвистика (общий профиль, СУОС)» по направлению «45.03.02 Лингвистика».

Цели и задачи дисциплины

Цели: углубление теоретических знаний студентов в области маркетинга и менеджмента, изучение методов, способов и методик анализа и прогнозирования применительно к специфическим особенностям и целям менеджмента и маркетинга в международной сфере. Задачи: -изучение предмета и места международного маркетинга и менеджмента в системе социально-гуманитарных и социально-экономических наук; -изучение основных способов решения научно-технических задач в профессиональной области для достижения поставленной цели..

Изучаемые объекты дисциплины

Процессы управления международными организациями.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	36	36
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)		
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	9	9
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Тема 5.	0	0	4	9
Ценообразование в международном маркетинге				
Тема 6.	0	0	4	9
Культурная среда международного маркетинга				
Тема 1.	0	0	4	9
Задачи международного менеджмента и маркетинга				
Тема 7.	0	0	4	9
Особенности принятия решений в международном менеджменте				
Тема 2.	0	0	4	9
Международные маркетинговые исследования и критерии выбора внешних рынков				
Тема 3.	0	0	4	9
Товарная политика на международном рынке				
Тема 8.	0	0	4	9
Стратегические подходы в международном маркетинге и менеджменте				
Тема 4.	0	0	4	9
Международная коммуникационная политика				
ИТОГО по 7-му семестру	0	0	32	72
ИТОГО по дисциплине	0	0	32	72