

УДК 338.9(075.8)
ББК 65.290-2
К12

Научный редактор

Янё И. С., кандидат экономических наук, заведующий кафедрой маркетинга Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ

Рецензенты:

Коньшев В. А., доктор экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов Орского филиала АОГУ ВПО «Московский финансово-юридический университет (МФЮА)»;

Долбина С. А., заведующий кафедрой экономики и управления Орского филиала АОГУ ВПО «Московский финансово-юридический университет (МФЮА)»

К12 **Международный маркетинг** [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / сост. А. К. Кайдашова. – 3-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 135 с.

ISBN 978-5-9765-2428-6

В работе использованы отечественные, зарубежные материалы и разработки автора, накопленные за период преподавания дисциплины «Международный маркетинг».

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов специальности 080111 – Маркетинг и направления подготовки 080200 – Менеджмент по профилю «Маркетинг».

УДК 338.9(075.8)
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-9765-2428-6

© Кайдашова А. К., 2015
© Издательство «ФЛИНТА», 2015

Содержание

Введение	4
1. Методологические основы международного маркетинга	5
1.1. Концепция международного маркетинга	5
1.2. Среда международного маркетинга	10
1.3. Экономические и административные методы государственного регулирования внешнеторговой деятельности фирм	15
1.4. Международные маркетинговые исследования	19
1.5. Конкурентоспособность предприятия на международном рынке	23
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	27
2. Выбор зарубежного рынка	29
2.1. Оценка привлекательности зарубежного рынка	29
2.2. Способы выхода фирм на международные рынки	34
2.3. Передача технологий как форма выхода на внешний рынок	43
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	48
3. Разработка комплекса маркетинга для внешнего рынка	49
3.1. Товарная политика предприятия на зарубежных рынках	49
3.2. Международная политика цен на товары и услуги	52
3.3. Методы распространения товаров и услуг на внешнем рынке	55
3.4. Продвижение товаров и услуг на зарубежные целевые рынки	57
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	60
4. Организация международной деятельности предприятия	62
4.1. Международные инвестиции	62
4.2. Организация деятельности предприятий в сфере международного маркетинга	65
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	68
5. Практикум по международному маркетингу	69
5.1. Задания	70
5.2. Деловые игры	74
5.3. Тесты	106
Библиографический список	134