

**КАРАГАНДИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА**

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по учебно-методической работе,
к.э.н., профессор Бугубеева Р.О.

«15» 07 / 2010 г.

СОГЛАСОВАНО

Проректор по новым технологиям и дистанционному обучению,
д.п.н., профессор Ибышев Е.С.

«15» 07 / 2010 г.

**СИЛЛАБУС
БАКАЛАВРИАТ**

Дисциплина: ММ 3305 «Международный маркетинг»

Специальность: 050511 – Маркетинг

Кафедра: маркетинга и туризма

Всего 3 кредита (трудоемкость 135 часов)

лекции - 15 часов

семинарские занятия - 30 часов

СРС - 60 часов

СРСП - 30 часов

КАРАГАНДА – 2010

Силлабус составлен к.э.н., доцентом Осик Ю.И. на основании рабочего учебного плана специальности 050511 – Маркетинг, типовой программы дисциплины «Международный маркетинг» и требований к структуре учебно-методического комплекса дисциплины КЭУК-МИ-85-05.01-2007

Рассмотрен на заседании Учебно-методического семинара кафедры маркетинга и туризма

«12» декабря 2019 г. Протокол № 5

Зав. кафедрой
д.э.н., профессор



Борбасова З.Н.

Сведения о преподавателе (преподавателях): Осик Ю.И. к.э.н., доцент кафедры маркетинга и туризма КЭУК, читает курсы «Маркетинг», «Международный маркетинг».

Офис: кафедра маркетинга и туризма, кабинет 285
Адрес: Академическая 9
Тел.: 44-16-34, внутренний 146
Факс: 44-1632

Программа дисциплины

Таблица 1 - Распределение часов по видам занятий

	Название темы	Лекционные занятия	Практические занятия	СРСII	СРС
1.	Сущность международного маркетинга	1	2	2	6
2.	Субъекты международного маркетинга	1	2	2	6
3.	Международная маркетинговая среда	1	2	2	6
4.	Исследования в международном маркетинге	1	2	2	6
5.	Сегментация рынка в международном маркетинге	1	2	2	6
6.	Международная товарная политика	1	2	2	6
7.	Упаковка и маркировка товаров в международном маркетинге	1	2	2	6
8.	Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке	1	2	2	6
9.	Международная политика цен	1	2	2	6
10.	Товародвижение в международном маркетинге. Условия работы посредников на рынках сбыта.	1	2	2	6
11.	Международная коммуникационная политика фирмы. Организация междунар. ярмарок, салонов, выставок	1	2	2	6
12.	Стратегии выхода на внешний рынок	1	2	2	6
13.	Импортный маркетинг	1	2	2	6
14.	Внешнеэкономическая деятельность. Классификация	1	2	2	6

	внешнеторговых операций				
15	Организация и контроль маркетинга на внешних рынках	1	2	2	6
	ВСЕГО	15	30	30	60

Таблица 2 - График лекционных, семинарских занятий и занятий СРСР

№	Дата	Время	Наименование тем
ЛЕКЦИИ			
1			Сущность международного маркетинга
2			Субъекты международного маркетинга
3			Международная маркетинговая среда
4			Исследования в международном маркетинге
5			Сегментация рынка в международном маркетинге
6			Международная товарная политика
7			Упаковка и маркировка товаров в международном маркетинге
8			Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке
9			Международная политика цен
10			Товародвижение в международном маркетинге. Условия работы посредников на рынках сбыта.
11			Международная коммуникационная политика фирмы. Организация междунар. ярмарок, салонов, выставок
12			Стратегии выхода на внешний рынок
13			Импортный маркетинг
14			Внешнеэкономическая деятельность. Классификация внешнеторговых операций
15			Организация и контроль маркетинга на внешних рынках
СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ			
1			Сущность международного маркетинга
2			
3			Субъекты международного маркетинга
4			