

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Ю. Шутилин

«__» _____ 2019 г.

Регистрационный № УД ____/уч.

Глобальный маркетинг

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине по специальности 1-26 80 05 «Маркетинг»

СОСТАВИТЕЛИ:

Акулич И.Л., заведующий кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Голик В.С., доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Пономарёва Н.П., доцент кафедры экономики и менеджмента Института бизнеса БГУ, кандидат экономических наук, доцент.

Бондаренко Г.А., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения высшего образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № ____ от _____ 2019 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № _____ от _____ 2019 г.)

Пояснительная записка

Приоритетом Республики Беларусь в области экономики является динамичное развитие международной экономической деятельности национальных предприятий, направленное на повышение конкурентоспособности отечественных товаров на внешних рынках, увеличение экспорта и диверсификацию рынков продаж.

В данном контексте дисциплина «Глобальный маркетинг» относится к числу основных, формирующих у магистрантов необходимые профессиональные знания в сфере международной маркетинговой деятельности предприятий. Ее изучение дает магистрантам необходимые знания о маркетинговых стратегиях компаний на зарубежных рынках, способах продвижения товаров, современных тенденциях и технологиях в области маркетинга.

Поэтому основная цель дисциплины – раскрыть сущность глобального маркетинга и привить магистрантам знания, умения и навыки в области методологии маркетинга и использования их в практической деятельности предприятий.

Ключевые задачи учебной дисциплины изучить: концепцию глобального маркетинга, комплекс глобального маркетинга, стратегии проникновения на мировой рынок.

Предмет дисциплины «Глобальный маркетинг» – определение комплекса глобального маркетинга, разработка, реализация и контроль эффективных маркетинговых мероприятий на внешних рынках. Магистранты должны иметь представление о проблемах и перспективах в данной сфере деятельности.

Логика дисциплины основывается на изучении и практическом использовании аналитических процедур, обеспечивающих рыночную ориентацию предприятия в условиях международной конкуренции.

Дисциплина «Глобальный маркетинг» базируется на знаниях основ маркетинга, менеджмента, высшей математики и информационных технологий.

Дисциплина «Глобальный маркетинг» изучается в рамках профилизации «Международный маркетинг».

В результате изучения учебной дисциплины «Глобальный маркетинг» формируются следующие компетенции: знать и уметь использовать в практической деятельности основные инструменты глобального маркетинга (СК-1).

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать содержание маркетинговой деятельности компании на внешних рынках, международной среды маркетинга, комплекса глобального маркетинга;

уметь использовать полученные знания в практической маркетинговой деятельности;

владеть навыками исследовательской работы в данной области для формирования способности внедрять инновационные методы и подходы в практической деятельности предприятий.

Форма получения образования очная. Всего часов по дисциплине 102, из них всего часов аудиторных – 44, в том числе 14 часов – лекции, практических занятий – 30.

Форма получения образования заочная. Всего часов по дисциплине 102, из них всего часов аудиторных – 12, в том числе 4 часов – лекции, практических занятий – 8.

Форма контроля – экзамен.

Содержание учебного материала

Тема 1. Сущность глобального маркетинга

Сущность, особенности и проблемы развития многонационального и глобального маркетинга. Маркетинговые возможности фирмы на внешних рынках. Преимущества и недостатки стратегий стандартизации и адаптации.

Тема 2. Глобальная маркетинговая среда

Содержание глобальной маркетинговой среды. Особенности проведения первичных и вторичных маркетинговых исследований внешних рынков. Использование интернет-технологий в глобальных маркетинговых исследованиях.

Тема 3. Стратегии проникновения на мировой рынок

Способы выхода на внешние рынки: экспорт, совместное предпринимательство и прямое инвестирование. Международный франчайзинг. Краудфандинг. Аутсорсинг. Каналы интернет-распределения товаров и услуг на внешние рынки. Компоненты интернет-продвижения для выхода на глобальный рынок.

Тема 4. Реализация глобального маркетинга

Содержание комплекса глобального маркетинга. Сущность и особенности сегментирования глобального рынка. Критерии и признаки сегментации. Универсальные (наднациональные) сегменты. Рыночная ниша и рыночное окно в глобальном маркетинге.

Маркетинговая информационная система в глобальном маркетинге. Выбор рынка в глобальном маркетинге.

Конкурентоспособность экспортного товара. Глобальный жизненный цикл товара. Двойная стандартизация. Степень новизны товара. Факторы успеха и неудач нового товара.

Особенности разработки политики распределения в глобальном маркетинге. Комплекс продвижения товаров и услуг на мировой рынок.

Организация и контроль реализации глобальной маркетинговой программы.

Информационно-методическая часть

Литература

Основная:

1. Акулич, И.Л. Международный маркетинг: учебник для студентов вузов по экон. спец. / И. Л. Акулич. - Минск: Тетралит, 2014. – 512 с.
2. Котлер, Ф., Келлер, К. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – СПб: Питер, 2018. – 848 с.
3. Алексунин, В.А., Абаев, А.Л. Международный маркетинг. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.А. Алексунин, А.Л. Абаев. – М.: Юрайт, 2017. – 362 с.

Дополнительная:

4. Багиев, Г.Л., Моисеева, Н.К., Черенков, В.И. Международный маркетинг / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, В.И. Черенков. – СПб.: Питер, 2009. – 688 с.
5. Акулич, И.Л. Основы маркетинга / И.Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2015. – 538 с.
6. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес. Учебное пособие / Н.К. Моисеева. – М.: Инфра-М, 2013. – 272 с.
7. Черенков, В.И. Глобальная маркетинговая среда. Опыт концептуальной интеграции / В.И. Черенков. – М.: Инфра-М, 2016. – 362 с.
8. Акулич, И.Л. Маркетинг взаимоотношений / И.Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 256 с.
9. Траут, Дж. Репозиционирование. Бизнес в эпоху конкуренции, перемен и кризиса / Дж. Траут. – СПб.: Питер, 2010. – 256 с.
10. Траут, Дж., Райс, Э. Позиционирование. Битва за умы / Дж. Траут, Э. Райс. – СПб.: Питер, 2018. – 320 с.
11. Траут, Дж., Ривкин, С. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции / Дж. Траут, С. Ривкин. – СПб.: Питер, 2018. – 368 с.
12. Голубков, Е.П. Технология принятия управленческих решений / Е.П. Голубков. – М.: Дело и Сервис, 2005. – 544 с.
13. Холленсен, С. Глобальный маркетинг / С. Холленсен. – Мн.: Новое знание, 2004. – 832 с.
14. Голик, В.С. Web маркетинг: учебно-методический комплекс для специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» / В.С. Голик. - Минск: БГУ, 2017. – 59 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1.			

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (протокол № ____ от _____ 2019 г.)
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор

И.Л. Акулич

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистерской подготовки

к.э.н, доцент

О.А. Морозевич