

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