**Магистерская программа «Международный маркетинг»**

|  |  |
| --- | --- |
| Название модуля по выбору студента | **2.3.2 Модуль "Практический маркетинг "**  |
| Специальность | Специальность 1-26 80 05 Маркетинг   |
| Профилизация | Международный маркетинг |
| **Название учебной дисциплины 1** | **Управление каналами распределения** |
| Курс, семестр | 1, 1 |
| Количество аудиторных часов | 42 |
| Трудоемкость учебной дисциплины  | 3 |
| Лектор | Сверлов Алексей Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник  | Маркетинг, логистика |
| Содержание учебной дисциплины | Сущность каналов распределения и специфика их построения на зарубежных рынках, формы распределения и их характеристика, способы международной сбытовой деятельности, собственная товаропроводящая сеть за рубежом, экономическое обоснование товаропроводящей сети, адаптация и актуализация международных каналов распределения к условиям рынка, создание международных каналов распределения с помощью сети Интернет |
| Рекомендуемая литература | 1. Акулич, И.Л. Международный маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск : Тетралит, 2014. – 509 с.
2. Глубокий, С.В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С.В. Глубокий. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 376 с.
3. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / [О. Н. Жильцова и др.]. – 2-е изд., переработанное и дополненное. – Москва : Юрайт, 2018. – 300 с.
 |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины  | Дисциплина «**Управление каналами распределения**» базируется на знаниях основ маркетинга, управления маркетингом, менеджмента, статистики, логистики. |
| Кафедра | Маркетинга |
| **Название учебной дисциплины 2** | **Прямой маркетинг на внешнем рынке** |
| Курс, семестр | 1, 2 |
| Количество аудиторных часов | 36 |
| Трудоемкость учебной дисциплины  | 3 |
| Лектор | Полещук Надежда Александровна, кандидат экономических наук, доцент. |
| Учебная дисциплина - предшественник  | Маркетинг, Международный маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | Теоретические основы прямого маркетинга на внешнем рынке. Формы прямого маркетинга на внешнем рынке. Построение и развитие взаимоотношений с клиентами посредством прямого маркетинга на внешнем рынке. Основные тенденции развития прямого маркетинга на внешнем рынке. |
| Рекомендуемая литература | 1. Акулич, И. Л. Международный маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. - Минск: Тетралит, 2014. - 509 с.2. Стоун, М. Прямой маркетинг / Мерлин Стоун, Дерек Дейвис, Элисон Бонд – Минск: Амалфея, 2003.3. Тапскотт, Д., Вильямс, Э. Викиномика. Как массовое сотрудни-чество изменяет все / Д. Тапскотт, Э.Вильямс – СПб.: Бест Бизнес Букс, 2009.  |
| Язык обучения | Русский  |
| Требования к изучению учебной дисциплины  | Знание основных инструментов продвижения организации и ее товаров на внешнем рынке, а также сущности, основных категорий и понятий прямого маркетинга, концепции прямого маркетинга, инструментов прямого маркетинга, основ Интернет-маркетинга. |
| Кафедра | Маркетинга |
| **Название учебной дисциплины 3** | **Цифровой маркетинг** |
| Курс, семестр | 1, 2 |
| Количество аудиторных часов | 48 |
| Трудоемкость учебной дисциплины  | 3 |
| Лектор | Голик Вадим Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник  | Маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | 1. Сущность цифрового маркетинга
2. Маркетинговые интернет-исследования
3. Мероприятия цифрового маркетинга
4. Интернет-реклама и поисковая оптимизация
 |
| Рекомендуемая литература | 1. Голик, В.С. Web маркетинг: учебно-методический комплекс для специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» / В.С. Голик. - Минск: БГУ, 2017. – 59 с.
2. Бернд, Л., Райнер, Р. Торговля 4.0. Цифровая революция в торговле. Стратегии, технологии, трансформация / Л. Бернд, Р. Райнер. - М.: Альпина Паблишер, 2018. – 346 с.
 |
| Язык обучения | Русский  |
| Требования к изучению учебной дисциплины  | Дисциплина «Цифровой маркетинг» базируется на знаниях основ интернет-маркетинга, маркетинга, менеджмента, высшей математики и информационных технологий.В результате изучения дисциплины магистрант должен: - знать содержание цифрового 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. |
| Кафедра | Маркетинга |