

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по учебной работе  
С.А.Рогожин

**Методические указания для написания контрольной работы по курсу**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

**для студентов ИНСТИТУТА НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Наименование направления подготовки

***Менеджмент***

Наименование профиля

***МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ***

Автор(ы) к.э.н., доцент Нестерова З.В.

Одобрена на заседании кафедры  
Маркетинга и международного  
менеджмента

*(название кафедры)*

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_

*(подпись)*

Капустина Л.М.

*(Фамилия И.О.)*

\_\_\_\_\_  
*(Дата)*

Рекомендована УМК института  
Менеджмента

*(название института)*

Председатель \_\_\_\_\_

*(подпись)*

Капустина Л.М.

*(Фамилия И.О.)*

\_\_\_\_\_  
*(Дата)*

Екатеринбург  
2016

## **ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью освоения учебной дисциплины «Международный маркетинг» является формирование компетенций, направленных на обучение студентов теоретическим основам и практическим методам воздействия на процессы обмена в международной торговле, ознакомление с национальными и культурными особенностями покупательского поведения и использования инструментов маркетинга для анализа и прогнозирования развития международных рынков, стратегий выхода на внешние рынки и продвижения продукции.

### **Методические указания по выполнению контрольных работ**

Выполнение контрольной работы по курсу «Международный маркетинг» должно выявить знания по данной дисциплине, полученные студентами в результате самостоятельного изучения специальной литературы.

Для выполнения задания контрольной работы требуется подобрать необходимую литературу по соответствующей теме, не ограничиваясь изучением литературы из предлагаемого списка, рекомендуется широко использовать материалы периодической печати (газетные и журнальные статьи), а также информационные сайты системы Интернет.

Используемые в работе статистические данные, цитаты, выдержки из текста должны сопровождаться указанием на источник, из которого они получены.

Контрольная работа может быть выполнена как в печатном, так и в рукописном варианте. Печатный вариант контрольной работы выполняется 14 шрифтом, через 1,5 интервал, общим объемом 10 листов формата А 4. Рукописный вариант контрольной работы должен иметь объем не менее 15 страниц тетрадного формата.

В зависимости от начальной буквы фамилии студенты выполняют следующие варианты контрольной работы:

| Начальная буква фамилии студента | № варианта | Начальная буква фамилии студента | № варианта |
|----------------------------------|------------|----------------------------------|------------|
| А, Б                             | 1          | Н, О                             | 7          |
| В, Г                             | 2          | П, Р                             | 8          |
| Д, Е                             | 3          | С, Т, У                          | 9          |
| Ж, З                             | 4          | Ф, Х, Ц                          | 10         |
| И, К                             | 5          | Ч, Ш, Щ                          | 11         |
| Л, М                             | 6          | Э, Ю, Я                          | 12         |

Контрольная работа высылается на кафедру. Срок проверки работы преподавателем – 7 дней со дня регистрации, исключая выходные дни.

### **Варианты контрольных работ**

#### **Вариант № 1**

1. Понятие и сущность международного маркетинга.
2. В чем суть «стратегии адаптации» в международном маркетинге.

#### **Вариант № 2**

1. Укажите основные сложности сбора первичной информации на зарубежных рынках.
2. Основные критерии конкурентоспособности товара на зарубежном рынке.

### Вариант № 3

1. Особенности маркетинговой среды международного маркетинга.
2. Мотивы выхода предприятий на внешний рынок.

### Вариант № 4

1. Стратегия «глобализации», преимущества и недостатки.
2. Культурная среда международного маркетинга.

### Вариант № 5

1. Особенности развития современной мировой экономики.
2. Прямой маркетинг в международной практике.

### Вариант № 6

1. Сегментация международного рынка.
2. Основные барьеры выхода предприятия на международный рынок.

### Вариант № 7

1. Реклама в международном маркетинге.
2. Основные каналы товародвижения на международном рынке.

### Вариант № 8

1. Особенности маркетинговых коммуникаций в международном маркетинге.
2. В чем особенности «авангардной» модели международного жизненного цикла товара.

### Вариант № 9

1. Паблик рилейшнз в международной практике.
2. Основные этапы проведения маркетингового исследования зарубежного рынка.

### Вариант № 10

1. Роль выставок и ярмарок во внешнеэкономической деятельности.
2. Стратегия «стандартизации», преимущества и недостатки

### Вариант № 11

1. Роль транснациональных корпораций в международном маркетинге.
2. Достоинства и недостатки создания стратегических альянсов в международном маркетинге.

### Вариант № 12

1. Этапы сегментации зарубежного рынка.
2. Формы организации международной деятельности предприятий.

### Основная литература

1. **Маркетинг**: теория и практика [Текст] : учебное пособие для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [Е. А. Боргард [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации, Рос. Ассоц.Маркетинга. - Москва : Юрайт, 2015. - 408 с.
2. Ким, С. А. **Маркетинг** [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Ким. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 260 с. <http://znanium.com/go.php?id=513272>
3. Алексунин, В. А. **Маркетинг** [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Алексунин. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 216 с. <http://znanium.com/go.php?id=511979>
4. Карпова, С. В. Международная реклама [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика" / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 473 с.
5. Моисеева, Н. К. **Международный маркетинг и бизнес** [Текст] : учебное пособие [для бакалавров и магистров] / Н. К. Моисеева. - Москва : КУРС: ИНФРА-М, 2014. - 271 с.

6. Моргунов, В. И. **Международный маркетинг** [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 184 с. <http://znanium.com/go.php?id=450766>
7. Моисеева, Н. К. **Международный маркетинг** и бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. К. Моисеева. - Москва : КУРС: ИНФРА-М, 2013. - 272 с. <http://znanium.com/go.php?id=390294>
8. Нагапетьянц, Н. А. **Международный маркетинг** [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Нагапетьянц, Н. Г. Каменева, С. В. Земляк, О. Н. Романенкова ; ред. Н. А. Нагапетьянц. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 292 с. <http://znanium.com/go.php?id=395377>
9. **Международный маркетинг** [Текст] : учеб. пособие для бакалавров направления "Менеджмент" и студентов специальности "**Маркетинг**" / [Н. А. Нагапетьянц [и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 291 с.
10. **Международный маркетинг** [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Г. Каменева [и др.] ; ред. Н. А. Нагапетьянц. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 292 с. <http://znanium.com/go.php?id=235089>
11. Годин, А. М. **Маркетинг** [Текст] : учеб. для студентов экон. вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и специальности "**Маркетинг**" / А. М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 656 с.

#### Дополнительная литература

1. Карпова, С. В. Практикум по международному маркетингу : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика" / С. В. Карпова ; Финансовая акад. при Правительстве РФ. - М. : КноРус, 2007. - 199 с.
2. Моргунов, В. И. **Международный маркетинг** : учеб. пособие / В. И. Моргунов; под ред. Л. П. Дашкова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2006. - 151 с.
3. Прозоровский, С. А. **Международный маркетинг** : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Международ. экономика" / С. А. Прозоровский. - М. : Благовест-В, 2005. - 159 с.
4. **Международный маркетинг** : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "Маркетинг", 060800 "Экономика и упр. на предприятии" и 351300 "Коммерция" / [Г. А.

- Васильев и др.; сост. С. В. Алексеев]; под ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ, 2005. - 269 с.
5. Карпова, С. В. **Международный маркетинг** : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика" / С. В. Карпова. - [2-е изд. перераб. и доп.]. - М. : Экзамен, 2005. - 287 с.
  6. Сейфуллаева, М. Э. **Международный маркетинг** : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / М. Э. Сейфуллаева. - М. : ЮНИТИ, 2004. - 319 с.
  7. Ноздрева, Р. Б. Современные аспекты международного маркетинга : Учеб. пособие / Р. Б. Ноздрева; Ред. совет: А. В. Торкунов (председатель) и др.; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т). - М. : РОССПЭН, 2004. - 280 с.
  8. Буров, А. С. **Международный маркетинг** : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Коммерция" и "Маркетинг" / А. С. Буров. - М. : Дашков и К, 2004. - 283 с.
  9. Авдокушин, Е. Ф. Маркетинг в международном бизнесе : Учеб. пособие / Е. Ф. Авдокушин. - М. : Дашков и К, 2002. - 327 с.
  10. Сейфуллаева, М. Э. **Международный маркетинг** в экономике современной России : научное издание / М. Э. Сейфуллаева. - М. : Экономика, 2001. - 221 с.
  11. Перцовский, Н. И. **Международный маркетинг** : Учеб. для студентов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / Н. И. Перцовский, И. А. Спиридонов, С. В. Барсукова; Под ред. Н. И. Перцовского. - М. : Высш. шк., 2001. - 239 с.
  12. Багиев, Г. Л. **Международный маркетинг** : Учеб. для вузов / Г. А. Багиев, Н. К. Моисеева, С. В. Никифорова. - СПб. : Питер, 2001. - 509 с.
  13. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения. Маркетинг в туризме / Г. А. Папирян. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 157 с.
  14. Диденко, Н. И. Основы международного маркетинга : Учеб. пособие / Н. И. Диденко, В. В. Самохвалов. - СПб. : Политехника, 2000. - 182 с.
  15. Алексунин, В. А. **Международный маркетинг** : Учеб. пособие для студентов вузов / В. А. Алексунин. - М. : Дашков и К, 2000. - 159 с.
  16. Международный маркетинг : Учеб. пособие для вузов по экон. спец. / Под ред. Г. А. Васильева, Л. А. Ибрагимова. - М. : ЮНИТИ-UNITY, 1999. - 199 с.
  17. Моисеева, Н. К. **Международный маркетинг** : Учеб. пособие по дисциплине "**Международный маркетинг**" в цикле спец. подготовки спец. в обл. менеджмента и маркетинга / Н. К. Моисеева. - М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. - 312 с. Голубков; Е. П. Голубков. - М.: Дело, 2000. - 439 с.

19. Котлер Филипп Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Филип Котлер; Ф. Котлер; Пер. с англ. Т. В. Виноградовой и др.; Под ред. Т. Р. Тэор. - СПб.: Нева,

### **Интернет-ресурсы**

1. On-line версия книги А.П. Панкрухина "Маркетинг образовательных услуг" - <http://mou.marketologi.ru/>
  2. Административно-управленческий портал - [www.aup.ru](http://www.aup.ru)
  3. Гильдия маркетологов - <http://marketologi.ru/>
  4. Е-журнал по маркетингу - <http://4p.ru/>
  5. Маркетинг: методы и стратегии - <http://marketsite.narod.ru/>
  6. Обзор российского и международного брендинга - [www.brandmanager.ru](http://www.brandmanager.ru)
- Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>