

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Срок обучения	1 неделя / 36 учебных часов
Целевая аудитория	Специалисты маркетинговых служб организаций в области международных экономических отношений и внешнеэкономической деятельности.
Цель курсов	Показать возможные пути решения проблем, стоящих перед специалистами по внешнеэкономической деятельности на основе использования законодательства и новых теоретических и практических разработок в указанной области

ПРОГРАММА

1. Конъюнктура мировых товарных рынков в системе маркетинговых исследований.
2. Стратегия и тактика эффективной деловой коммуникации в маркетинговой деятельности.
3. Международный маркетинг на предприятии. Обмен опытом
4. Среда международного маркетинга.
5. Информационное обеспечение принятия решений в международном маркетинге.
6. Способы выхода фирмы на внешние рынки.
7. Товарная политика на внешних рынках.
8. Распределение товаров на внешних рынках.
9. Ценовая политика в международном маркетинге.
10. Международные маркетинговые коммуникации.
11. Управление международным маркетингом.
12. Круглый стол. Проблемы и перспективы маркетинговой деятельности предприятий Республики Беларусь. Разбор кейсов по отечественным предприятиям.