

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «The Positioning in the International Market»

ФИО преподавателя: Олейник А.Н.

Цель освоения дисциплины: сформировать у студентов четкое представление о современной расстановке сил и состоянии конкурентной борьбы в мировой экономике, а также маркетинговых методах управления фирмой/организацией при освоении мировых рынков.

Место дисциплины в учебном плане: по выбору, 4-й триместр

Краткое содержание дисциплины: рассмотрение целей и стратегий бизнеса современных международных компаний, получение навыков в подготовке и принятии практических решений в условиях международного соперничества на примере конкретных ситуаций, формирование навыков работы с разнообразной рыночной информацией с целью ее анализа, экспертной оценки и выработки наиболее адекватных маркетинговых рекомендаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме экзамена.