

әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті
Экономика және бизнес жоғары мектебі
«Бизнес-технологиялар» кафедрасы

ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫСТАР
ПӘН БОЙЫНША онлайн-режимде СЕМИНАР ЖҮРГІЗУ
БОЙЫНША

Халықаралық маркетинг

(оқу жоспары бойынша оқу пәнінің атауы)

(оқу жоспары бойынша пән шифры)

«5B051100 – Маркетинг» бағыты бойынша бакалавр

(пән жүргізілу шеңберінде білім бағдарламасының атауы және шифры)

Алматы 2021 Ж.

«Бизнес-технологиялар» кафедрасының
оқытушысы Тулебаева Н.Т.

*(Т.А.Ә., ғылыми дәрежесі, ғылыми атағы,
лауазымы)*

Құрастырушы:

«Халықаралық маркетинг» пәні бойынша онлайн режимде дәріс жүргізу бойынша әдістемелік ұсыныстар және бағдарламасы «Бизнес-технологиялар» кафедрасының отырысында қарастырылды және бекітілді.

Хаттама № _____ «____» _____ 20__ ж.

Практикалық (семинар) сабақтарын жүргізудің әдістемесі

Семинар сабағын жүргізуге арналған жалпы сипаттама

Семинар мақсаты – теориялық білімін нығайту, тәжірибелік тапсырмаларды орындау барысында теорияларды қолдана алуы және т.б. Пәнмен танысқаннан кейін студенттің өз ойын ашық жеткізе алуы, логикалық ойлауын дамытуы, нақты әрі алғыр түрде туындаған сұрақтардың жауабын ашып бере алулары керек.

Семинар сабағы өткен тақырыптар бойынша жүргізіледі. Төменде семинар сабағын жүргізу құрылымы беріледі: негізгі сұрақтарға жауап, тапсырмаларды орындау, мәселелерді шешу, тест сұрақтарына жауап беру, нәтижелерді талқылау, қорытынды жасау.

Практикалық (семинар) сабақтарының мазмұны

1. Семинар сабағы - әңгіме. Халықаралық маркетинг түсінігі және тұжырымдамалары

Мақсат: халықаралық маркетингте қолданылатын негізгі ұғымдар мен терминдерді, оның заманауи теорияларын және түрлерін сипаттау

1. Сыртқы нарыққа шығудың алғышарттары.
2. Халықаралық маркетингтің мәні.
3. Кәсіпорын қызметін интернационалдандыру кезеңдері
4. Маркетингтің халықаралық тұжырымдамалары
5. Халықаралық маркетинг ерекшеліктері

Тапсырма:

- талқылау: Қазақстан Республикасы экономикасына халықаралық маркетингті енгізу қажеттілігі мен мәселелерін талдау;
- Халықаралық маркетингті пайдалану ерекшеліктерін талдау (жекелеген елдер, салалар, фирмалар мысалында)
- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.:Дашков и К, 2017.
- 2.Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016. 4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономисть, 2018.

2. Семинар сабағы - талдау. Трансұлттық корпорациялар. Халықаралық компаниялар

Мақсат: халықаралық компаниялардың түрлерін және олардың маркетингтік қызметтерінің ұйымдастыру мен басқару технологияларын әзірлеу

1. Әлемдік экономикадағы ТҰК мәні мен рөлі, транснационализация индексі
2. ТҰК қызметінің жіктелуі мен принциптері.
3. Жаһандық және мультинационалды стратегиялар
4. Халықаралық компаниялар

Тапсырма:

- талқылау: Қазақстан Республикасы экономикасында трансұлттық корпорациялардың қызмет етуі
- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Моргунов В.И. Международный маркетинг. – М., 2018.
4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг. – М.:Экономистъ, 2017.

3. Семинар сабағы - пікір талас. Халықаралық маркетингтің экономикалық ортасы. Халықаралық маркетингтің саяси және құқықтық ортасы.

Мақсат: халықаралық ортаны зерттеудің мақсатын, міндеттерін, факторларын анықтау

1. Халықаралық маркетингтік орта.
2. Фирмалар мен компаниялардың қызметіне ортаның әсері.
3. Халықаралық сауда жүйесі.
4. Сыртқы ортаның экономикалық, саяси-құқықтық, әлеуметтік-мәдени және басқа да факторлары.
5. Халықаралық даму тұжырымдамасына қатысты фирманың бәсекеге қабілеттілігі.

Тапсырма:

- талқылау: ҚР маркетингтік ортаның ерекшеліктер.
 - практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар
- Кейс " Халықаралық маркетинг ортасы. Тауарға тұтынушылық талғамды зерттеу"

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.:Дашков и К, 2017.

2.Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.

3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016. 4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

4. Семинар сабағы - талдау. Халықаралық маркетингтік зерттеулердің бағыттары.

Мақсат: халықаралық маркетингтік зерттеулерді жүргізуді ұйымдастыру және шет елдік тұтынушылардың импорттық тауарға қатысты мінез-құлқы әсерін салыстыру

1. Сыртқы нарықтарды зерттеу ерекшеліктері.
2. Әлемдік практикадағы зерттеулердің негізгі бағыттары.
3. Сыртқы нарықтағы маркетингтік зерттеу кезеңдерін іске асыру ерекшелігі

Тапсырма:

1.Жазбаша үй тапсырмасы:

Сіз үшін қолжетімді қосымша ақпарат көздерін пайдаланыңыз және таңдалған ел туралы жинаңыз (талдау үшін елді оқытушы анықтайды) :

- елдің негізгі қалалары мен халқы;
- халық саны, тығыздығы және өсу қарқыны;
- халықтың жыныстық-жас құрылымы;
- ресми тілдер;
- негізгі климаттық ауа райы жағдайлары;
- ұлттық валютаның сипаттамасы және айырбас бағамының тұрақтылығы;
- ЖІӨ динамикасы;
- жан басына шаққандағы ЖІӨ динамикасы;
- инфляция деңгейі;
- импорт пен экспорттың негізгі баптары және олардың динамикасы;
- халықтың жан басына шаққандағы табыс деңгейі және оларды бөлу;
- бизнес климаты;
- Елдің аймақтық келісімдерге немесе қоғамдастықтарға қатысуы;
- Технологиялық даму деңгейі;
- көлік инфрақұрылымы;
- табиғи ресурстардың болуы, құрамы және ҚОРЫ;
- таңдалған өнімнің негізгі ұлттық өндірушілері;
- шетелдік өндірушілер таңдалған өнімді қатысушылар нарығында;
- әлеуметтік-мәдени ерекшеліктері.

Бақылау нысаны:

Жеке тапсырманы орындау

2. Тапсырма: сауалнаманы әзірлеу және сауалнама жүргізу

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
4. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UIB, 2016.

5. Семинар сабағы - талдау. Маркетингте халықарлық нарықты сегменттеу шарттары

Мақсат: халықарлық нарық мүмкіндіктерінің оңтайлы санын сегменттеу арқылы қамтамасыз ету, нысаналы шетелдік тұтынушылардың қалауларын бағалау және анықтау

1. Халықаралық нарықтардағы зерттеу объектілері.
2. Халықаралық маркетингтік зерттеу процесі.
3. Маркетингтік ақпараттың құрылымы, мазмұны және негізгі көздері.
4. Халықаралық маркетингте ақпаратты алу әдістері және өңдеу рәсімі.
5. Маркетингтік зерттеулерді ақпараттық қамтамасыз ету.
6. Нарық пен нарық сегменттеріне тартымдылық пен бәсекеге қабілеттілік өлшемдері бойынша салыстырмалы талдау жүргізу.

Тапсырма:

- *Белгілі бір кәсіпорын үшін шетелдік нарығына және шетелдік тұтынушыларына сегменттеу жүргізу қажет*
- *Шетелдік тұтынушылардың қалауларын бағалау және анықтау қажет*

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.: Дашков и К, 2017.
2. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016. 4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

6. Семинар сабағы – талқылау. Сыртқы нарыққа өнім саясатын әзірлеу: компанияның мақсаттары, нарықтары және оларға қойылатын талаптар

Мақсат:

1. Халықаралық маркетингтегі тауарларды зерттеу бағыттары және тауар саясаты.
2. Тартымдылықты бағалау және өнімді таңдау критерийлері.
3. Халықаралық маркетингте тауарларды стандарттау және бейімдеу.
4. Өнімнің халықаралық өмірлік циклі және жаңа өнімдердің дамуы.

Тапсырма:

- Сыртқы нарыққа белгілі өнім саясатын әзірлеу

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
4. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UIB, 2016.

7. Семинар сабағы – зерттеу. Халықаралық маркетингте орау мен таңбалауға қойылатын талаптар

Мақсат: халықаралық маркетингтік қызметте қораптау шараларын ұйымдастыру экспорттық тауарды таңбалау ережелерін салыстыру

1. Брендинг және оның халықаралық маркетингтік стратегияларды іске асырудағы рөлі
2. Тауар белгісі
3. Буып-түю және таңбалау
4. Халықаралық маркетингте штрих-кодтарды пайдалану

Тапсырма:

- Жаңа өнімді әзірлеу және таныстыру
- Кейс шешу

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.:Дашков и К, 2017.
- 2.Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016. 4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

8. Семинар сабағы – зерттеу. Шет елдер нарығындағы бәсекеге қабілеттілік критерилері

Мақсат: халықаралық нарықта ұйымдың бәсекеге қабілеттілігін талдау және оны арттыру бойынша ұсыныстар әзірлеу

1. Шетелдік нарықтағы өнімнің бәсекеге қабілеттілігі
2. Фирманың шетел нарығындағы бәсекеге қабілеттілігі
3. Халықаралық маркетингтегі бәсекелестік стратегиясы

Тапсырма:

- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар
- Кейс шешу

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
4. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UIB, 2016.

9. Семинар сабағы – талқылау. Әлемдік баға. Әлемдік бағалардың ерекшеліктері. Баға түрлері

Мақсат: халықаралық маркетинг тұжырымдамасын қолдана отырып маркетингтік баға саясатын әзірлеу

1. Әлемдік баға ұғымы
2. Әлемдік бағалардың негізгі түрлері.
3. Әлемдік бағалар және оларды пайдалану ережелері туралы ақпарат көздері.
4. Баға түрлері MLA және APL
5. Халықаралық нарықтардағы баға стратегиясы.
6. Баға құрылымы. Сыртқы сауда операцияларында пайдаланылатын баға түрлері.
7. Баға қалыптастыру әдістері.
8. Демпингтік бағалар және демпингке қарсы заңнама.

Тапсырма:

- Талқылау: «Әлемдік нарықтағы бағалардың деңгейі, бағалардың ерекшеліктері»
- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.:Дашков и К, 2017.
- 2.Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016. 4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

10. Семинар сабағы – талдау. Халықаралық маркетингтегі өткізу арналарын таңдау және басқару

Мақсат: халықаралық тауар қозғалысындағы: “тауар өндіруші- тұтынушы” қатынасы, “тауар өндіруші – бөлшек сауда - тұтынушы ” қатынасы, “ тауар өндіруші – бөлшек сауда – көтерме сауда - тұтынушы ” қатынастарын айқындау

1. Халықаралық маркетингтегі тауар қозғалысы жүйесі.
2. Сыртқы нарықта өткізу саясатын әзірлеу және негіздеу.
3. Фирманың халықаралық қызметі кезіндегі өткізу жүйесінің негізгі түрлері.
4. Әртүрлі елдерде өткізу саясатын қалыптастыру ерекшеліктері.

Тапсырма:

Шетелдік фирмалардың өткізу жүйесінің ерекшелігін талдау (белгілі бір фирманың мысалында).

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
4. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UIB, 2016.

11.Семинар сабағы – талқылау. Халықаралық коммуникация саясатындағы жарнама мен қоғаммен байланыс

Мақсат: халықаралық маркетингте тауар қозғалысын ұйымдастыру мен ұтымды стратегияны қалыптастыру үшін үйлестірілген коммуникациялық саясатты әзірлеу

1. Коммуникациялық саясат, оның мақсаттары мен міндеттері.
2. Маркетингтік коммуникациялар процесі.
3. Маркетингтік коммуникация кешені.
4. Жарнаманы таратудың халықаралық құралдары. Қазақстандағы жарнама қызметтерінің нарығы
5. Халықаралық жарнама практикасы.
6. Халықаралық нарықтарда сатуды ынталандыру.
7. Шетелдік нарықтарда фирманың имиджін құру.
8. Халықаралық коммуникация саясатындағы қоғаммен байланыс.

Тапсырма:

- Халықаралық маркетингтік тәжірибелік аспектілеріне мысал келтіру
- Сәтті және сәтсіз халықаралық коммуникация саясатындағы жарнамаларға мысал келтіру
- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.:Дашков и К, 2017.
- 2.Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.

3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016. 4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

12. Семинар сабағы – талдау. Сыртқы нарыққа шығу тәсілдерін талдауға әсер ететін факторлар

Мақсат: қазіргі халықаралық сыртқы орта факторларын ескере отырып, шет елдерге шығудың ұтымды стратегия үлгілерін әзірлеу

1. Шетелдік нарыққа шығу стратегиясы.
2. Халықаралық нарықта бәсекелестік құралы ретінде тікелей шетелдік инвестициялар.
3. Жанама экспорттың мәні, артықшылықтары және кемшіліктері.
4. Тікелей экспорттың мәні, артықшылықтары және кемшіліктері.
5. Лицензиялаудың мәні, түрлері, артықшылықтары мен кемшіліктері.
6. Бірлескен кәсіпорындар құрудың артықшылықтары.
7. Тікелей инвестициялаудың мәні, артықшылықтары және кемшіліктері.
8. Транснационализация мәселелері мен пайдасы.

Тапсырма:

- Талқылау: «Экспорттың мәні және ұйымдастыру ерекшеліктері»
- Талқылау: «Қазақстанда импорттық маркетингтің даму мәселелері»
- Халықаралық нарықты шетелдік фирмалармен қамту стратегияларын пайдалану (белгілі бір стратегия, фирма, тауар немесе қызмет көрсету мысалында).
- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
4. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UIB, 2016.

13. Семинар сабағы – конференция. Сыртқы сауда операцияларын топтастыру және оларды маркетингтік қолдау

Мақсат: халықаралық коммерциялық операцияларды ұйымдастырудың және оны стратегиялық жоспарлау мен бақылаудың қалыптасқан жүйесін талдау

Тапсырма:

- халықаралық фирманың тауарының немесе қызметінің презентациясын дайындау

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.: Дашков и К, 2017.
2. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016.
4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

14 Семинар сабағы – зерттеу. Халықаралық маркетингтегі стратегиялық жоспарлаудың ролін және кезеңдерін негіздеу

Мақсат: халықаралық маркетинг қызметін тиімді ұйымдастыру үшін стратегиялық жоспарлаудың кезеңдері мен құрылымын талдау

1. Халықаралық маркетингтегі стратегиялық және ағымдағы жоспарлау. Жоспарлау тәсілдері
2. Өнімді және экспорттық тауар ассортиментін халықаралық жоспарлау
3. Тауарларды сыртқы нарыққа жылжытуды бөлуді және ынталандыруды жоспарлау
4. Халықаралық бағаны жоспарлау

Тапсырма:

- халықаралық фирманың маркетингтік жоспарын құру

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
4. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UIB, 2016.

15 Семинар сабағы – зерттеу. Сыртқы нарықтағы маркетингті ұйымдастыру

Мақсат: халықаралық коммерциялық операцияларды ұйымдастырудың және оны стратегиялық жоспарлау мен бақылаудың қалыптасқан жүйесін талдау

1. Халықаралық маркетингтік қызметті ұйымдастыру тәсілдері.
2. Сыртқы экономикалық қызметті жүзеге асыратын кәсіпорындағы маркетинг қызметінің ұйымдық құрылымы қызметі.
3. Сыртқы нарықта маркетингтік қызметті жоспарлау.
4. Кәсіпорынның өндірістік-ресурстық және экспорттық мүмкіндіктерін талдау.
5. Сыртқы нарықтағы маркетингтік қызметтің тәуекелін және тиімділігін бағалау

Тапсырма:

- Талқылау: «халықаралық және жергілікті фирмалардың халықаралық маркетингтік қызметін бақылау проблемалары»
- практикалық сұрақтар және ситуациялық тапсырмалар

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Буров А.С. Международный маркетинг: уч. пос.- М.: Дашков и К, 2017.
2. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг.-СПб.: Питер 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер 2016.
4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Экономистъ, 2018.

Негізгі және қосымша әдебиеттер тізімі

Негізгі әдебиет:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. – Мн.: Выш. школа, 2016.
2. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2018.
3. Моргунов В.И. Международный маркетинг. – М., 2018.
4. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг. – М.:Экономистъ, 2017.
5. Давлетова М.Т. Основы внешней торговли. Учебное пособие. - Алматы: Экономика, 2017. – 317 с.
6. Давлетова М.Т. Международный бизнес. Электронный учебник. – Алматы: UPB, 2016.

Қосымша әдебиет

1. Абакумова О. Международный маркетинг. Пособие для подготовки к экзаменам. – М.:Приор-издат, 2016.
2. Диденко Н.И., Самохвалов В.В. Основы международного маркетинга: Учебное пособие. – СПб: Политехника, 2019.
3. Карпова С.В. Практикум по международному маркетингу. – М., 2018.
4. Черенков В. Международный маркетинг: Учебное пособие. – СПб: Знание, 2017.
5. Давлетова М.Т. Повышение конкурентоспособности Алматы. - Алматы: КазЭУ хабаршысы. 2017, № 3.