

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ И ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ СТУДЕНТОВ

по дисциплине «Международный маркетинг» для студентов 3 курса
специальности **6-05-0415-04 (1-26 02 03) Маркетинг**
факультета Управления и социальных коммуникаций

1. Требования к управленческому персоналу международных фирм.
2. Кадровая политика зарубежных фирм.
3. Маркетинговая деятельность ТНК на международном уровне.
4. Правовые аспекты международной маркетинговой деятельности (на примере различных стран).
5. Роль и особенности культуры страны в разработке международной маркетинговой политики (на примере различных стран; с использованием различных элементов: языка, традиций, религии и т.д.).
6. Особенности проведения маркетинговых исследований зарубежными компаниями на российском рынке.
7. Использование стратегий охвата международного рынка зарубежными фирмами (на примере определенной стратегии, фирмы, товара или услуги).
8. Система планов фирмы, программы и проекты.
9. Ревизия международного маркетинга (на примере конкретной фирмы)
10. Экспортная товарная политика предприятий
11. Современные подходы в брэндинге.
12. Разработка жизненного цикла товара на международном рынке (на примере определенного товара (группы товаров) или услуги).
13. Разработка ценовой политики предприятия.
14. Стратегии ценообразования при выходе на международный рынок.
15. Система товародвижения на внешнем рынке товаров и услуг.
16. Особенности разработки сбытовой политики предприятия при выходе на внешний рынок (на примере отдельных фирм, рынков, товаров и услуг).
17. Проблемы и перспективы разработки международной рекламной кампании (на примере отдельных стран, фирм, товаров)



и услуг).

18. Место и роль мероприятий прямого маркетинга в международном маркетинге.
19. Тотальная глобализация и международный маркетинг.
20. Эволюция концепций маркетинга и международного маркетинга
21. Влияние международной торговой политики государства на маркетинговую деятельность фирмы за рубежом.
22. Новые виды международного бизнеса, возникшие с развитием Интернет- технологий.
23. Специфика белорусской информационной маркетинговой системы.
24. Информационные системы различных стран мира: проблемы и перспективы.
25. Система товародвижения на внешнем рынке товаров и услуг.

