

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	
ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА: АДАПТАЦИЯ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ	7
ГЛАВА 2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА	37
ГЛАВА 3. СТРАТЕГИЯ АЙКИДО И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬЯНСЫ.....	53
ГЛАВА 4. ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ	65
ГЛАВА 5. РЕКЛАМА В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ.....	83
ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	
КЕЙСЫ ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ	115
ТЕСТЫ.....	243
УПРАЖНЕНИЯ И ЗАДАЧИ.....	248
УЧЕБО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС	
ПО КУРСУ «МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ»	251
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	278

Данное учебное пособие предназначено для обучения по курсу «Международный маркетинг». В нем рассмотрены наиболее сложные составляющие международного маркетинга и его современные особенности.

Теоретический материал иллюстрируется примерами из международной маркетинговой практики ведущих компаний мира. В пособии автор предлагает большой набор кейсов, задач и примерных тестов для закрепления знаний и отработки практических навыков в принятии решений в области международного маркетинга.

В пособие также включен учебно-методический комплекс по дисциплине «Международный маркетинг», который содержит программу курса, планы семинарских занятий, перечень примерных тем для письменных работ и вопросов для зачета или экзамена, а также список рекомендуемой литературы.