

**Карпова С. В.**

Международный маркетинг : учебное пособие для бакалавров  
/ С. В. Карпова. — Ростов н/Д : Феникс, 2009. — 318 с.

# Содержание

## Введение

### Глава I. Основные понятия в международном маркетинге

- 1.1. Понятие и сущность международного маркетинга
- 1.2. Среда международного маркетинга
- 1.3. Функционирование международного рынка товаров и услуг
- 1.4. Конкуренция на мировом рынке товаров и услуг
- 1.5. Управление международным маркетингом
- 1.6. Особенности развития международного маркетинга в России

### Глава II. Международные маркетинговые исследования

- 2.1. Понятие международной маркетинговой информации
- 2.2. Особенности проведения международных маркетинговых исследований
- 2.3. Особенности сегментирования целевых зарубежных рынков

### Глава III. Стратегия, планирование

#### и контроль в международном маркетинге

- 3.1. Стратегии внешнеэкономической деятельности предприятий
- 3.2. Процесс планирования в международном маркетинге
- 3.3. Контроль в международном маркетинге

### Глава IV. Международный комплекс маркетинга

- 4.1. Экспортная товарная политика предприятия

- 4.2. Международная политика ценообразования
- 4.3. Международная система распределения
- 4.4. Международная система продвижения

## **Практикум**

- I. Тесты
- II. Ситуационные задачи
- III. Деловые игры

## **Приложения**

### **Словарь английских эквивалентов**