

Лекция 1. Тема: Сущность международного маркетинга

Цель лекции: обосновывать предпосылки возникновения международного маркетинга, особенности международного маркетинга, его принципы, функции и цели.

Ключевые слова: концепции маркетинга, интернационализация, функции маркетинга, цели, принципы

Основные вопросы:

1. Международные аспекты маркетинга
2. Принципы и требования международного маркетинга
3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия и ее виды

Международный маркетинг по праву считается «высшей школой маркетинга». Внешнеэкономическая деятельность всегда характеризуется высоким уровнем организации торгового дела, а предприятия, работающие на внешний рынок, наиболее остро чувствуют необходимость применения достижений маркетинга. Международный маркетинг предусматривает разработку концепций для различных форм рыночной активности с учетом различий в других странах. Для него характерны нацеленность на освоение зарубежных рынков путем размещения производства в других странах.

Особенность международного маркетинга состоит в том, что его организация и методы проведения должны учитывать такие факторы, как независимость государства, национальные валютные системы, национальное законодательство, экономическая политика государства, языковые, культурные, религиозные, бытовые и прочие особенности и обычаи.

Отличительной чертой международного маркетинга является полная и четкая ориентация на зарубежного потребителя, стремление удовлетворить его нужды и потребности.

Основным принципом международного маркетинга является ориентация конечных результатов производства на реальные требования и пожелания зарубежных потребителей с учетом их национальных, психологических, культурных и прочих характеристик [15]. Из данного принципа вытекает ряд требований.

Во-первых, необходимо знать международный рынок, всесторонне изучать состояние и динамику потребительского спроса на данный товар, использовать полученную информацию в процессе разработки и принятия научно-технических, производственных и хозяйственных решений.

Во-вторых, максимально приспособлять производство к требованиям рынка для повышения эффективности функционирования предприятия, выпускать товары, ожидаемые потребителем, т.е. производить то, что продается, а также воздействовать на рынок и потребительский спрос всеми доступными средствами в целях формирования его в необходимых для предприятия направлениях.

В-третьих, нужно развивать и поощрять в компании творческий подход к решению возникших в результате маркетинговых исследований технических и информационных проблем в первую очередь, по совершенствованию и повышению качества продукции и услуг.

В-четвертых, организовывать доставку товара в таких количествах, в такое время и такое место, которые больше всего устраивают конечного потребителя.

ВЭД предприятия представляет собой производственно-коммерческую деятельность, ориентированную на экспорт продукции, услуг, а также связанную с импортом средств производства, технологий, товаров массового спроса и т.д. ВЭД во всех странах выполняет следующие функции:

- 1) способствует выравниванию уровня экономического развития (национального и мирового);
- 2) осуществляет соизмерение национальных и мировых издержек производства;
- 3) реализует преимущества МРТ и, как следствие, способствует повышению эффективности национальной экономики.

Международная ВЭД осуществляется в следующих видах: – внешняя торговля; – международное производственное сотрудничество; – международное научно-техническое сотрудничество; – международное инвестиционное сотрудничество; – в виде валютно-финансовых операций. Каждый вид ВЭД проявляется в следующих формах:

1) внешняя торговля в форме: экспорта, импорта, реэкспорта, реимпорта и приграничной торговлей товарами, а также в форме обмена услугами: транспортными, страховыми, банковскими, туристическими и связи.

2) производственное сотрудничество осуществляется в форме совместного производства на основе специализации, франчайзинга, переработке давальческого сырья, подрядной кооперации и совместных предприятий двух и более иностранных партнеров.

3) научно-техническое сотрудничество проявляется в формах: технологического обмена, лицензионных соглашений, совместного исследования проблем.

4) инвестиционное сотрудничество реализуется в формах кредитных соглашений, кредитного сотрудничества, международного финансового лизинга, сотрудничества в рамках предприятий с иностранными инвестициями.

5) валютно-финансовые операции осуществляются в форме: международных платежей, международной торговле валютой, кредитования внешней торговли.

Контрольные вопросы:

1. Сформулируйте определение международного маркетинга
2. Объясните особенность международного маркетинга
3. Определите концепции международного маркетинга

Список рекомендуемой литературы:

Учебная литература:

- 1.Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.]; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 362 с.
2. Каменева, Н.Г. Международный маркетинг: Учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 292 с.
3. Ахметова З.Б. Ценообразование: учебное пособие / З.Б. Ахметова. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 296с.
4. Диденко, Н.И. Международный маркетинг. учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 556 с.
5. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. - М.: Дашков и К, 2015. - 184 с.
6. видеокурс «Принципы маркетинга» (Ф.Котлер, Г.Армстронг) в рамках проекта «Новое гуманитарное знание. 100 новых учебников на казахском языке» в рамках государственной программы «Рухани жаңғыру» 2019г. [open.kz \(https://open.kz/ru/courses/principy-marketinga\)](https://open.kz/ru/courses/principy-marketinga)

Интернет-ресурсы:

Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал по «Международный маркетинг», а также документация для подготовки к семинарам, выполнения СРС/СРСП будет доступна на вашей странице на сайте univer.kaznu.kz. в разделе УМКД.

<http://www.iamr.kz>

<http://econbook.kemsu.ru>

<https://habrahabr.ru>

http://www.w3ii.com/ru/marketing_management