

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Тема 1. Международные аспекты маркетинга и бизнеса	5
Тема 2. Международная маркетинговая среда	17
Тема 3. Международная конкуренция в развитии международного маркетинга	27
Тема 4. Информационное обеспечение на внешних рынках	30
Тема 5. Выбор внешних рынков	42
Тема 6. Способы проникновения на международный рынок	51
Тема 7. Эффективность деятельности на международном рынке	64
Тема 8. Международная товарная политика	74
Тема 9. Распределительная политика в международном маркетинге	84
Тема 10. Международная электронная коммерция	90
Тема 11. Продвижение товара на международные рынки	92
Тема 12. Политика цен в международном маркетинге	95
Тема 13. Реализация маркетинговых стратегий на международных рынках	99
Тема 14. Дипломатия в международном маркетинге	105
Учебно-методическая литература	112