

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ (учебное пособие)

Радина О.И.

*Южно-Российский государственный университет
экономики и сервиса, Шахты*

В учебном пособии представлен лекционный материал и контрольные вопросы к темам дисциплины «Международный маркетинг» соответствующий современным требованиям российской экономики. В нем конкретизируются темы: сущность и роль международного маркетинга в развитии мировой экономики, окружающая среда международного маркетинга, внешнеэкономическая деятельность предприятий, товарная политика фирм в международном маркетинге, международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке, международная система товародвижения, международные средства коммуникаций, современные проблемы международного маркетинга. В конце каждой темы приведены вопросы для самопроверки знаний студентов.

При рассмотрении вопросов сущности и роли международного маркетинга автор уделил внимание основным понятиям международного маркетинга, разъяснены принципы, концепции и виды маркетинга международных экономических связей.

В теме «Окружающая среда международного маркетинга» представлена классификация факторов среды международного маркетинга. Для характеристики экономической среды целесообразно использовать три блока:

- ✓ общая характеристика типа экономической системы и модели рыночной экономики;
- ✓ результаты функционирования экономики страны по бизнесу;
- ✓ основные рыночные показатели.

В оценке политических факторов внимание уделяется рискам, в т.ч. несоответствия, валютному, финансовому, банковскому. Отмечено, что одним из наиболее эффективных методов защиты от риска в международном предпринимательстве применяется страхование. Отмечено, что в мировой практике выделяют три способа регулирования внешнеэкономической деятельности: регулирование цен, потоков товаров и валютное регулирование. Правовые факторы международной среды показывают влияние на маркетинговую деятельность за рубежом через правовое регулирование контрактов, через защищенность отдельных аспектов международного предпринимательства. В практике регулирования внешнеэкономической деятельности используется правовые режимы: режим наибольшего благоприятствования и национальный режим. В этой теме так же рассмотрены социально-культурные факторы, воздействующие на все инстру-

менты маркетинга через способ преподнесения товара, его цену, рекламу, форму продвижения и распределения товаров.

В теме «Внешеэкономическая деятельность предприятия: её формы и стратегии» автор учебного пособия характеризует формы внешнеэкономической деятельности, такие как: прямой экспорт, оплачиваемый торговый представитель, техническая помощь за рубежом, контракт об управлении, делигирование полномочий за рубежом, использование услуг международных посредников, передача или экспорт ноу-хау, совместное предприятие, создание дочернего производственного или сбытового филиала, прямое владение. Важной составляющей поведения на международном рынке являются маркетинговые стратегии. На основе международного опыта в лекционном материале характеризуются атакующая и оборонительная стратегии, стратегия отступления и лазерного луча. Национальные фирмы зарубежных стран придерживаются различных стратегий при выходе на внешние рынки, поэтому необходимо знать и предвидеть особенности поведения предприятия на международной арене маркетинга.

Лекционный материал содержит подробное пояснение поведения инструментов международного маркетинга, в том числе товарную, ценовую, политику на внешнем рынке, международную систему товародвижения и международные средства коммуникаций. При изложении данного материала использовался международный опыт предпринимательской деятельности в сфере сервиса.

Тема «Современные проблемы международного маркетинга» носит дискуссионный характер и имеет авторскую точку зрения. Окружающая среда международного маркетинга изменяется не предсказуемо быстро, в связи с этим и изложенные автором проблемы также носят временной характер.

Целью создания учебного пособия является возможность предоставить читателям достаточный объем учебно-консультационного материала для изучения международного маркетинга.

Учебное пособие предназначено для студентов очной, заочной и дистанционной форм обучения специальностей «Маркетинг» и «Реклама» в рамках изучения одноименной дисциплины, что соответствует образовательному стандарту высшей школы, а также для специалистов и других лиц, желающих ознакомиться с поведением и проблемами международного маркетинга.

Это учебное пособие необходимо студентам для подготовки к семинарским занятиям, сдаче экзамена, а также предпринимателям, решившим развивать свой бизнес на международном рынке.

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК
(учебное пособие)

Тарасевич Т.М.

*АНО ВПО «Омский экономический институт»,
Омск, e-mail: bibigula@yandex.ru*

Для студентов направления подготовки 080100 «Экономика».

Пособие представляет собой курс современного французского языка и предназначено для студентов, изучающих экономику, мировую экономику, бухгалтерский учет и аудит, финансы и кредит, международный бизнес.

Данное пособие ставит целью развитие коммуникативных компетенций для профессионального общения будущих специалистов, овладение различными видами чтения для работы с литературой по специальности, выработку устойчивых навыков письменной и устной деловой коммуникации, а также ознакомление с опытом зарубежных стран в области экономики. Материалы учебного пособия позволяют выработать умения:

- быстрое чтение больших информационных блоков;
- извлечение необходимой информации;
- поиск новых идей, определение приоритетов.

Включенные в пособие тексты – это тексты из современных оригинальных источников, подвергшиеся незначительной адаптации. Языковой материал включает лексико-грамматический минимум, необходимый для письменного и устного общения будущих экономистов, бухгал-

теров, финансистов, представляет достаточную языковую ценность и обеспечивает возможность расширить кругозор, получить дополнительные профессиональные знания.

Каждая тема содержит лексико-грамматические, языковые, речевые, коммуникативные упражнения, способствующие развитию навыков общения на иностранном языке в различных ситуациях бытового и профессионального общения, обогащению лексического запаса профессиональной терминологией. Тексты для чтения монологического и диалогического характера целесообразно сопровождаются дополнительными пояснениями, лексическим минимумом для перевода, упражнениями. Творческие задания к упражнениям включают четкие методические указания. Дополнительные тексты по темам содержат задания по их резюмированию, аннотированию, составлению плана, переводу. Помимо этого предусмотрены ролевые игры, что дает возможность для творчества студентов, развития коммуникативных компетенций, решения профессиональных проблем. В качестве приложения к учебному пособию даны грамматический справочник и грамматические упражнения на узнавание и понимание грамматических явлений, трансформацию, перевод для закрепления изученного материала.

Значимым является наличие в пособии глоссария, который представляет собой список наиболее употребляемой профессиональной лексики с толкованием на французском языке, что способствует более эффективному усвоению терминов.

Юридические науки

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ
СЛУЖБЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(учебно-практическое пособие)

Башуров В.Б., Князева О.Н.

*АНО ВПО «Омский экономический институт»,
Омск, e-mail: bibigula@yandex.ru*

Процесс формирования правового государства и гражданского общества выдвигает в качестве одного из важнейших направлений радикальное обновление и укрепление правовых основ общественной жизни.

Успех реализации административной реформы и реформы государственной службы Российской Федерации в решающей степени зависит от создания гибкой и эффективной, демократической по своей направленности и вместе с тем авторитетной в глазах граждан государственной гражданской службы Российской Федерации, проблемы правового регулирования которой представлены в рамках настоящего учебно-практического пособия.

Пособие включает в себя две главы, каждая из которых логически выстроена, последо-

вательна, приводимые автором выводы научно обоснованны и подкреплены точками зрения представителей науки трудового и административного права.

Достаточно большое внимание уделено рассмотрению понятий и признаков государственной гражданской службы Российской Федерации, государственного гражданского служащего Российской Федерации, а также характеристике должности государственной гражданской службы Российской Федерации и квалификационных требований. Преимуществом работы также является раскрытие содержания отдельных процедур прохождения государственной гражданской службы Российской Федерации, и их практическое преломление.

Обращает внимание практическая часть пособия, включающая в себя задания и задачи. При этом задания направлены на развитие у студентов аналитического мышления, навыков структурирования и анализа. В качестве контрольных заданий в пособии предложены тесты по освещенным в нем вопросам.

Автором пособия представлен библиографический список, включающий в себя моно-