**Темы контрольных работ по дисциплине:**

**«Международный маркетинг»**

1. Исследование факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы на международном рынке.

2. Предпосылки успешной маркетинговой деятельности на международном рынке.

3. Торговые ограничения на мировом рынке.

4. Анализ национальных конкурентных преимуществ.

5. Исследование характеристик экономической среды на внешнем рынке.

6. Разработка индикаторов функционирования экономики.

7. Анализ эффективности помощи иностранным фирмам со стороны государства.

8. Культурная среда бизнеса в стране и ее влияние на международный маркетинг.

9. Алгоритм оценки потенциала внешнего рынка.

10. Анализ и оценка восприимчивости внешнего рынка.

11. Методика оценки стабильности внешнего рынка

12. Цель, сущность и специфика маркетинговых исследований при выходе на зарубежный рынок.

13. Методика анализа эффективности исследований, проводимых за рубежом.

14. Факторы, оказывающие влияние на выбор способа проникновения на внешний рынок.

15. Алгоритм создания совместного предприятия за рубежом.

16. Анализ способов присутствия на внешнем рынке с точки зрения риска.

17. Товарная политика в международном маркетинге.

18. Исследование подходов к определению продажной цены товара на внешнем рынке.

19. Определение оптимальной цены продажи товара на внешнем рынке.

20. Исследование факторов, определяющих уровень мировых цен на товары .

21. Разработка ценовой стратегии предприятия на мировом рынке.

22. Трансфертные цены и их применение в международном маркетинге.

23. Исследование особенностей продвижения товаров на зарубежные рынки.

24. Разработка оптимального канала распределения товара в международном маркетинге.

25. Исследование организационных структур, используемых при развитии деятельности предприятия на внешних рынках.

26. Эволюция организационной структуры предприятия при развитии и интернационализации.

27. Анализ факторов коммерческого успеха производителя на мировом рынке.

28. Методы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности.

29. Экономические и административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности.

30. Исследование основных направлений развития международной торговли