

УДК 339.138

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ. СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

Риштовская Н.М., студентка 1-го курса
Научный руководитель – Дроздович Л.И., канд. экон. наук, доцент
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Международный маркетинг — мероприятия за пределами страны для исследования торговой и сбытовой деятельности предприятия и изучения всех факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю.

Задачи, которые стоят перед международным маркетингом, более сложные, чем на внутренних рынках. Возникает множество проблем во всех сферах бизнеса. Внедрение предприятия на международный рынок связано с рядом сложностей. Фирме приходится преодолевать множество барьеров таких как: политических, экономических, таможенных. Закрепиться на таком рынке достаточно сложнее, так как приходится поддерживать высокую конкурентоспособность продукции, искать партнеров и потребителей, осваивать новые технологии, налаживать каналы транспортировки.

Литература

1. [Электронный ресурс] – 2017. – Режим доступа: http://www.telenir.net/delovaja_literatura/marketing_konspekt_lekcii/p11.php–. Дата доступа: 23.02.2017