

СЕМИНАР-КОНСУЛЬТАЦИЯ

«Особенности работы на международных рынках (маркетинг)»

(16 ак. ч.)

Семинар – консультация рассчитан на собственников и руководителей малых предприятий

Цели семинара- консультации:

1. Рассмотреть основные понятия международного маркетинга.
2. Проанализировать конкретные технологии и инструменты международного маркетинга для субъектов МСП.

Решаемые задачи:

1. Рассматривается необходимый теоретический и нормативный материал.
2. Изучаются отдельные технологии международного маркетинга.
3. Даются индивидуальные консультации

Результаты обучения:

1. Слушатели научатся беспристрастно анализировать международные рынки и собственные компании.
2. Слушатели изучат модели и отдельные технологии эффективного международного маркетинга.
3. Слушатели получают индивидуальные консультации и рекомендации.

Методы обучения: рассказ, обсуждение, разбор примеров, решение ситуационных задач, упражнения, индивидуальные консультации.

Раздаточный материал: авторские статьи и авторский методический материал, ссылки на авторские конференции и вебинары.

Ход занятия

1 день

Тема 1: « Основное содержание и методология международного маркетинга » -
4 ак. часа.

- ▶ Экономическая и политическая ситуация на различных международных рынках. Происходящие процессы и их тренды.
- ▶ Содержание и основные понятия маркетинга.

- ▶ Составляющие комплекса маркетинга компании: исследования, коммерческое позиционирование, реклама и связь с общественностью, система сбыта, управление ценой, стимулирование покупателей, потребителей и посредников, стратегическое планирование.
- ▶ Особенности комплекса маркетинга на международных рынках. Особенности маркетинга в отдельных странах.
- ▶ Мотивация компании для экспорта и выхода на международные рынки.
- ▶ Факторы успеха при выходе компании на международные рынки.
- ▶ Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг: система торгово –промышленных Палат, система Инфоцентров, система торговых представительств, консалтинговые компании.

Тема 2: «Подготовка компании к работе на международных рынках» - 4 акад. часа

- ▶ Диагностика и анализ рыночного окружения. Выбор международного рынка для выхода на него.
- ▶ Оценка компанией потенциала международного рынка. Первоначальные маркетинговые исследования выбранного рынка.
- ▶ Оценка потенциала компании для выхода на международные рынки, Подготовка компании и продукции к выходу на международные рынки.
- ▶ Выбор стратегии и тактики выхода на выбранные международные рынки
- ▶ Выбор продукции для выхода на международные рынки и её подготовка
- ▶ Особенности продвижения продукции на международных рынках
- ▶ Планирование выхода на международные рынки.

2 день

Тема 3: «Практические инструменты работы на международных рынках» - 8 ч.

1. Определение объекта внешнеторговой сделки

- современные возможности по определению кода ТН ВЭД товара
- предварительное получение справки о товаре - залог эффективного построения внешнеторгового бизнеса

2. Предварительная оценка экономической эффективности внешнеторговой сделки

- определение валюты цены и валюты платежа в целях минимизации валютных рисков
- выявление предпочтительного базиса поставки по ИНКОТЕРМС 2010
- определение способа расчетов за товар

3. Оценка уровня административного давления в отношении товара как объекта сделки

- нетарифные меры в Евразийском экономическом союзе и в Российской Федерации. Основные виды, нормативно-правовая база, способы получения информации.

- нетарифные меры в стране возможного торгового партнёра. Где получить информацию об этом

4. Выбор зарубежного партнёра внешнеторговой сделки

- влияние состояния торгово-политических отношений России и Евразийского экономического союза с третьими странами на выбор вероятного торгового партнёра

- источники информации для поиска потенциального покупателя (продавца) товара

- современные способы определения надёжности возможного контрагента сделки

- запрос оферты (коммерческого предложения) с использованием возможностей ИНКОТЕРМС 2010 для определения возможного внешнеторгового партнёра

- нужно ли предварительно изучать таможенное и налоговое законодательство страны контрагента сделки?

5. Определение возможного влияния иностранных санкций и ответных мер России на исполнение сделки:

- история санкций в отношении СССР и России

- основные виды санкций в отношении России; их влияние на результативность сделки

- контрмеры России на страны, применяющие санкции в отношении России

6. Подготовка продавцом (запрос от зарубежного продавца) проекта внешнеторгового контракта

- на какой срок подписывать контракт. Чем это обусловлено.

- существенные и факультативные условия сделки и их влияние на успешное завершение внешнеторговой операции

- чем руководствоваться при составлении и обсуждении содержания контракта

- перечень документов, предоставить которые должен контрагент сделки, необходимых для совершения таможенных операций

Ответы на вопросы участников семинара