

Основное содержание и цели международного маркетинга

Обычные мотивы интернационализации бизнеса:

- насыщение внутреннего (домашнего) рынка;
- дефицит платежного баланса страны и правительственная поддержка экспортной и транснациональной деятельности,
- необходимость освоения новых рынков.

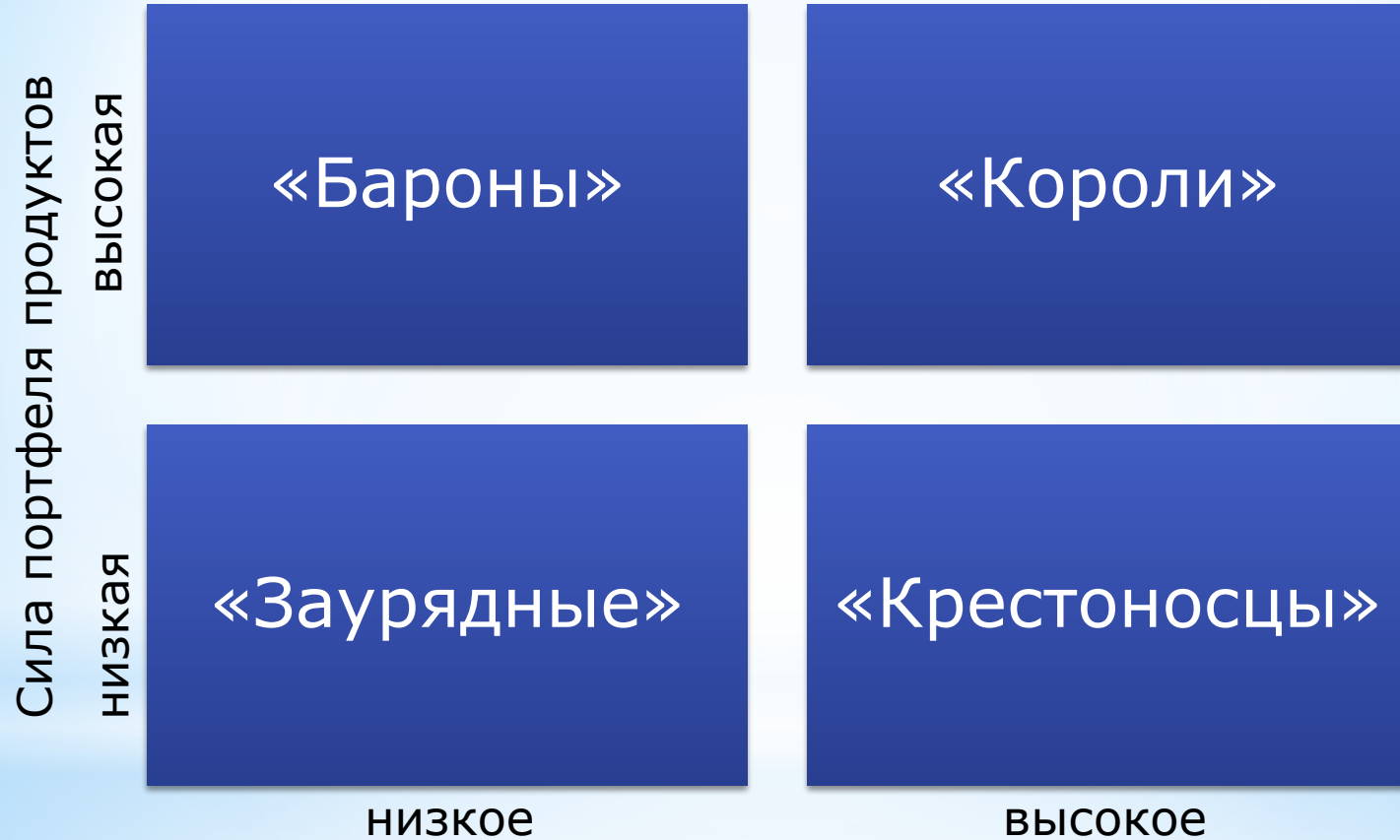
Основные этапы интернационализации бизнеса и соответствующие типы компаний:

- экспортер;
- международная деятельность;
- мультинациональная деятельность;
- глобальная деятельность.

Соответственно международный маркетинг включает вопросы:

- интернациональных рынков;
- мультинационального маркетинга;
- глобализации;
- решений по входу на рынок;
- маркетинговых исследований;
- решений по продукту;
- тактики входа на рынок.

Географическое покрытие



Матрица видов интернационализации бизнеса

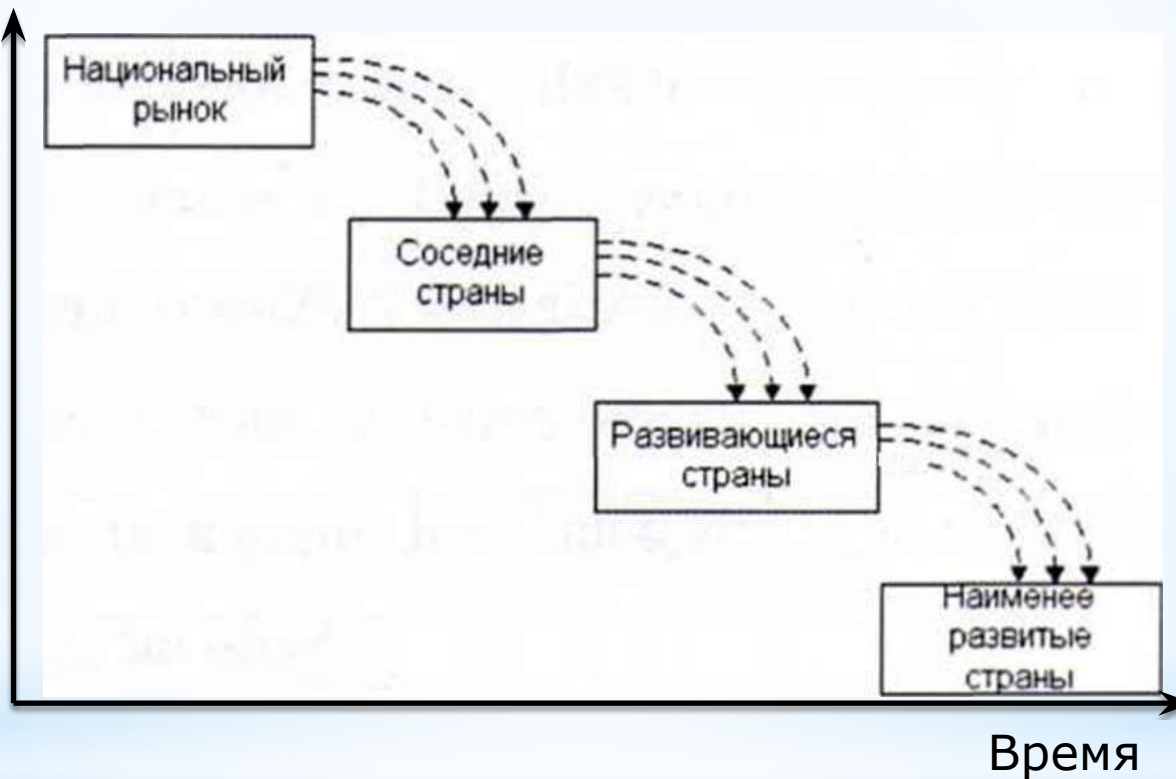


Положение различных отраслей в матрице интернационализации



Модель перетекания при интернационализации бизнеса

Доход от продукта на национальном рынке
на капитал



Матрица баланса рыночных нужд и ресурсов

		Рыночные нужды	
		Сходные	Различные
Сходные	Глобальный рынок (Универсальный маркетинг)	Сегментация рынка (Позиционирование или целевой маркетинг)	
	Продуктовая сегментация (Продуктовая дифференциация)	Специализированный маркетинг	

Процесс планирования экспортного маркетинга

Экспортный рынок

Идентификация и измерение рыночных возможностей:
-предварительный обзор,
-оценка рыночного потенциала
-оценки потенциала продаж»
-сегментация рынка

Разработка экспортной маркетинговой стратегии:
-определение целей.
-планирование маркетингового комплекса.

Действия по организации стратегии экспорта
-прогноз продаж
-бюджет продаж
-квоты продаж
-производственная программа
-контроль, учет
-требование по персоналу
-бюджет продвижения
-финансовый план
-план прибылей

Целевой экспортный рынок

Матрица стратегических условий бизнеса по географическим рынкам (Диаметр круга пропорционален объем)





	Стадии жизненного цикла			
	Зарождение	Рост	Насыщение	Спад
Конкурентная позиция				
Лидер		Бразилия 		Италия
Сильная	Япония		США	
Привлекательная		Африка		
Прочная			Германия	
Слабая				

Схема исследований по экспортному маркетингу



Полная возможная структура канала распространения при экспортной деятельности

