

Medzinárodný marketing



- Nadväzuje na odborné ekonomické predmety ako základy marketingu, marketing vo finančných službách, marketingová komunikácia a propagácia, podniková ekonomika

Charakteristika a ciele predmetu

Medzinárodný marketing patrí do kategórie odborných predmetov. Jeho hlavnou úlohou je poskytnúť žiakom základné vedomosti o medzinárodnom prostredí a aplikácie marketingových nástrojoch v ňom. Venuje sa prieskumu trhu, segmentácii na medzinárodnom trhu, propagácii a predaji tovarov a služieb.

Cielom predmetu je, aby si žiaci uvedomili nevyhnutnosť vstupu domácej ekonomiky na zahraničné trhy, rozvíjať podnikateľské myslenie, spájať vedomosti s praxou, ktoré využijú žiaci v ďalšom štúdiu a v reálnom podnikateľskom prostredí.

"Existuje jeden jednoduchý spôsob, ako môžete získať všetky možné obchody, ktoré ste schopní zvládnuť: Neúčtujte si takmer nič."

Vyučovacie metódy

Metódy, formy a prostriedky vyučovania medzinárodného marketingu majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Vo vyučovacom predmete sa využívajú výchovno-vzdelávacie stratégie, ktoré umožňujú žiakom riešiť ekonomické problémy a schopnosť sprostredkovať svoj názor vhodným spôsobom.

Hodnotenie

Hodnotenie a klasifikácia vychádzajú z Metodického usmernenia č. 21/2011 na hodnotenie a klasifikáciu žiakov ŠŠ a z kritérií hodnotenia.



"Máte omnoho väčšiu šancu niečo od druhých získať, keď najprv niečo dáte vy im."