

Το μάθημα «**Διεθνές Μάρκετινγκ**» αφορά στην επέκταση της επιστήμης του Μάρκετινγκ στις διεθνείς αγορές, καλύπτοντας ζητήματα όπως :

α) η απόφαση διεθνοποίησης,

β) τα κριτήρια επιλογής διεθνών αγορών,

γ) η επιλογή του τρόπου εισόδου, και

δ) η απόφαση προσαρμογής ή τυποποίησης του μίγματος μάρκετινγκ, με έμφαση στις αποφάσεις για το «Προϊόν» και την επώνυμη πολιτική του.

Έμφαση θα δοθεί στο μάθημα στο πώς διαμορφώνονται οι σχετικές επιλογές και αποφάσεις διεθνοποίησης στους κλάδους του αθλητισμού, πολιτισμού και πολιτικής.