

ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

ОДОБРЕНО УМС ИМО

Протокол № 2

от 25.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
(специальность)

[1] 41.03.05 Международные отношения

Семестр	Трудоемкость, кред.	Общий объем курса, час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	В форме практической подготовки/В	СРС, час.	КСР, час.	Форма(ы) контроля, экс./зач./КР/КП
6	3	108	30	30	0		12	0	Э
Итого	3	108	30	30	0	0	12	0	

АННОТАЦИЯ

Изучение данной дисциплины позволит студентам понять специфику международного маркетинга, приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение данной дисциплины позволит студентам понять специфику международного маркетинга, приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина является частью подготовки студентов в сфере международного научно-технологического сотрудничества. Освоение дисциплины позволит вести профессиональную деятельность в данной сфере. Знание дисциплины может быть востребовано при выполнении дипломного проектирования, УИР, а также при практической работе выпускников по специальности

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Универсальные и(или) общепрофессиональные компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-10 [1] – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	З-УК-10 [1] – Знать: основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических решений У-УК-10 [1] – Уметь: обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на достижение результата В-УК-10 [1] – Владеть: методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности планируемой деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников
УКЦ-1 [1] – Способен в цифровой	З-УКЦ-1 [1] – Знать: современные информационные

<p>среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей</p>	<p>технологии и цифровые средства коммуникации, в том числе отечественного производства, а также основные приемы и нормы социального взаимодействия и технологии межличностной и групповой коммуникации с использованием дистанционных технологий</p> <p>У-УКЦ-1 [1] – Уметь: выбирать современные информационные технологии и цифровые средства коммуникации, в том числе отечественного производства, а также устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе и применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды с использованием дистанционных технологий</p> <p>В-УКЦ-1 [1] – Владеть: навыками применения современных информационных технологий и цифровых средств коммуникации, в том числе отечественного производства, а также методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде с использованием дистанционных технологий</p>
--	---

Профессиональные компетенции в соответствии с задачами и объектами (областями знаний) профессиональной деятельности:

Задача профессиональной деятельности (ЗПД)	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции; Основание (профессиональный стандарт-ПС, анализ опыта)	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
организационно-управленческий			
<p>Выполнение обязанностей младшего и среднего звена исполнителей с использованием иностранных языков и информационных технологий в учреждениях системы Министерства иностранных дел Российской Федерации, ведение исполнительской, организационной и административной работы в иных государственных учреждениях, федеральных и</p>	<p>Государственные ведомства, федеральные и региональные органы государственной власти и управления</p>	<p>ПК-4 [1] - Способен исполнять поручения руководителей в рамках профессиональных обязанностей на базе полученных знаний и навыков</p> <p><i>Основание:</i> Профессиональный стандарт: 07.005</p>	<p>З-ПК-4[1] - Знать перечень своих профессиональных обязанностей. ; У-ПК-4[1] - Уметь применять компьютерные технологии на уровне пользователя для решения профессиональных задач; В-ПК-4[1] - Владеть навыками решения практических задач и поиска организационно-управленческие решения.</p>

региональных органах государственной власти и управления			
экспертно-аналитический			
Осуществление системной оценки деятельности различных организаций	Совместные предприятия, международные многосторонние промышленные альянсы и проекты сотрудничества в области науки и высоких технологий	ПК-9 [1] - Способен к системной оценке динамики отдельных сегментов мирового рынка высоких технологий и основных промышленных игроков выделенных сегментов <i>Основание:</i> Профессиональный стандарт: 40.008	З-ПК-9[1] - Знать основы абстрактных понятий системологии и их спецификации в конкретных случаях; Канонические структуры технологических организаций и задачи управления производственными циклами. ; У-ПК-9[1] - Уметь строить концептуальные и архитектурные модели управления технологическими объектами.; В-ПК-9[1] - Владеть навыками работы с современными средствами анализа, оценки и прогнозирования временных, ресурсных и других показателей сложных объектов, процессов и явлений.

4. ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСЦИПЛИНЫ

Направления/цели воспитания	Задачи воспитания (код)	Воспитательный потенциал дисциплин
Интеллектуальное воспитание	Создание условий, обеспечивающих, формирование культуры умственного труда (В11)	Использование воспитательного потенциала дисциплин гуманитарного, естественнонаучного, общепрофессионального и профессионального модуля для формирования культуры умственного труда посредством вовлечения студентов в учебные исследовательские задания, курсовые работы и др.
Интеллектуальное воспитание	Создание условий, обеспечивающих, понимание социо-культурного и	1. Использование воспитательного потенциала базовых гуманитарных дисциплин. 2. Разработка новых инновационных курсов гуманитарной и

	междисциплинарного контекста развития различных научных областей (B12)	междисциплинарной направленности.
Профессиональное и трудовое воспитание	Создание условий, обеспечивающих, формирование глубокого понимания социальной роли профессии, позитивной и активной установки на ценности избранной специальности, ответственного отношения к профессиональной деятельности, труду (B14)	1.Использование воспитательного потенциала дисциплин естественнонаучного и общепрофессионального модуля для: - формирования позитивного отношения к профессии инженера (конструктора, технолога), понимания ее социальной значимости и роли в обществе, стремления следовать нормам профессиональной этики посредством контекстного обучения, решения практико-ориентированных ситуационных задач. - формирования устойчивого интереса к профессиональной деятельности, способности критически, самостоятельно мыслить, понимать значимость профессии посредством осознанного выбора тематики проектов, выполнения проектов с последующей публичной презентацией результатов, в том числе обоснованием их социальной и практической значимости; - формирования навыков командной работы, в том числе реализации различных проектных ролей (лидер, исполнитель, аналитик и пр.) посредством выполнения совместных проектов. 2.Использование воспитательного потенциала дисциплины «Экономика и управление в промышленности на основе инновационных подходов к управлению конкурентоспособностью», «Юридические основы профессиональной деятельности» для: - формирования навыков системного видения роли и значимости выбранной профессии в социально-экономических отношениях через контекстное обучение

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разделы учебной дисциплины, их объем, сроки изучения и формы контроля:

№ п.п	Наименование раздела учебной дисциплины	Недели	Лекции/ Практик. (семинары) / Лабораторные работы, час.	Обязат. текущий контроль (форма*, неделя)	Максимальный балл за раздел**	Аттестация раздела (форма*, неделя)	Индикаторы освоения компетенции
<i>6 Семестр</i>							
1	Первый раздел	1-8	15/15/0		25	Т-8	В-ПК-4, 3-ПК-9, У-ПК-9, В-ПК-9, 3-УК-10, У-УК-10, В-УК-10
2	Второй раздел	9-15	15/15/0		25	КИ-15	3-ПК-4, У-ПК-4, В-ПК-4, 3-ПК-9, У-ПК-9, В-ПК-9, 3-УК-10, У-УК-10, В-УК-10, 3-УКЦ-1, У-УКЦ-1,

							В-УКЦ-1
	<i>Итого за 6 Семестр</i>		30/30/0		50		
	Контрольные мероприятия за 6 Семестр				50	Э	3-УКЦ-1, У-УКЦ-1, В-УКЦ-1, В-ПК-4, 3-ПК-9, У-ПК-9, В-ПК-9, 3-УК-10, У-УК-10, В-УК-10

* – сокращенное наименование формы контроля

** – сумма максимальных баллов должна быть равна 100 за семестр, включая зачет и (или) экзамен

Сокращение наименований форм текущего контроля и аттестации разделов:

Обозначение	Полное наименование
Т	Тестирование
КИ	Контроль по итогам
Э	Экзамен

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Недели	Темы занятий / Содержание	Лек., час.	Пр./сем., час.	Лаб., час.
	<i>6 Семестр</i>	30	30	0
1-8	Первый раздел	15	15	0
1 - 2	ВВЕДЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ Сущность и особенности международного маркетинга Характеристика международного маркетинга	Всего аудиторных часов		
		4	4	0
		Онлайн		

	Предпосылки возникновения международного маркетинга Этапы развития и цели международного маркетинга	0	0	0
3 - 4	ИССЛЕДОВАНИЕ СРЕДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА Особенности изучения среды международного маркетинга Контролируемые и не контролируемые факторы среды международного маркетинга Анализ экономической и политико-правовой среды международного маркетинга Характеристика культурной среды и ее роль в международном маркетинге	Всего аудиторных часов		
		4	4	0
		Онлайн		
		0	0	0
5 - 6	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Основные направления международных исследований Система сбора международной маркетинговой информации Особенности маркетинговых исследований на международных рынках Виды, оценка и отбор зарубежных рынков	Всего аудиторных часов		
		3	3	0
		Онлайн		
		0	0	0
7	МЕЖДУНАРОДНОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ И СТРАТЕГИИ Сегментирование международного рынка Виды, оценка и отбор зарубежных рынков Основные стратегии выбора целевых рынков за рубежом Стратегии проникновения на внешние рынки	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
8	ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ Понятие экспортного товара в международном маркетинге Сущность ассортиментной политики на международном рынке Международный жизненный цикл товара (МЖЦТ) Роль упаковки на мировом рынке Сервисная политика за рубежом Основные товарные стратегии современного международного маркетинга Бренд и его роль в продвижении товара на международный рынок	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
9-15	Второй раздел	15	15	0
9 - 10	ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ Определение и сущность международной сбытовой политики Традиционные формы сбыта в международном маркетинге: прямой и косвенный экспорт Основные функции посредников в мировой торговле Преимущества и недостатки косвенного и прямого экспорта Основные решения при формировании каналов сбыта для внешней торговли Основные типы международных сбытовых каналов	Всего аудиторных часов		
		4	4	0
		Онлайн		
		0	0	0
11 - 12	ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГ	Всего аудиторных часов		
		4	4	0

	Роль рекламы в международном маркетинге. Особенности глобальной рекламы Паблик рилейшнз в международном маркетинге Стимулирование международного сбыта. Основные средства стимулирования международного сбыта	Онлайн		
		0	0	0
13 - 14	ФОРМЫ И МЕТОДЫ ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК Способы продвижения продукта на международный рынок Формы выхода российских предпринимателей на международный рынок Международный франчайзинг. Сущность, принципы, тенденции и преимущества международного франчайзинга Сущность, виды, формы зарубежных инвестиций и их роль в освоении международного рынка Роль международного факторинга в развитии бизнеса российских предприятий	Всего аудиторных часов		
		4	4	0
		Онлайн		
		0	0	0
15	МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке Виды маркетинговых стратегий международного рынка	Всего аудиторных часов		
		3	3	0
		Онлайн		
		0	0	0

Сокращенные наименования онлайн опций:

Обозначение	Полное наименование
ЭК	Электронный курс
ПМ	Полнотекстовый материал
ПЛ	Полнотекстовые лекции
ВМ	Видео-материалы
АМ	Аудио-материалы
Прз	Презентации
Т	Тесты
ЭСМ	Электронные справочные материалы
ИС	Интерактивный сайт

ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Недели	Темы занятий / Содержание
	<i>6 Семестр</i>
1 - 2	Расчет точки безубыточности Решение задач на соответствующую тему
3 - 4	Анализ маркетинговой среды Выполнение практических заданий
5 - 6	Маркетинговые исследования и международное сегментирование Выполнение практических заданий
7 - 8	Товарная политика Выполнение практических заданий
9 - 10	Коммуникационная и сбытовая политика

	Выполнение практических заданий
11 - 12	Ценовая политика Выполнение практических заданий
13 - 14	Формы и методы выхода на международный рынок Выполнение практических заданий
15	Маркетинговые стратегии на международном рынке Выполнение практических заданий

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе проведения лекционных занятий активно используются мультимедийные технологии представления учебного материала. Проводится разбор конкретных ситуаций, решаются кейс-задачи.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущего, рубежного и промежуточного контроля по дисциплине.

Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения представлена в следующей таблице:

Компетенция	Индикаторы освоения	Аттестационное мероприятие (КП 1)
ПК-4	З-ПК-4	КИ-15
	У-ПК-4	КИ-15
	В-ПК-4	Э, Т-8, КИ-15
ПК-9	З-ПК-9	Э, Т-8, КИ-15
	У-ПК-9	Э, Т-8, КИ-15
	В-ПК-9	Э, Т-8, КИ-15
УК-10	З-УК-10	Э, Т-8, КИ-15
	У-УК-10	Э, Т-8, КИ-15
	В-УК-10	Э, Т-8, КИ-15
УКЦ-1	З-УКЦ-1	Э, КИ-15
	У-УКЦ-1	Э, КИ-15
	В-УКЦ-1	Э, КИ-15

Шкалы оценки образовательных достижений

Шкала каждого контрольного мероприятия лежит в пределах от 0 до установленного максимального балла включительно. Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет собой сумму баллов, заработанных студентом при выполнении заданий в рамках текущего и промежуточного контроля.

Итоговая оценка выставляется в соответствии со следующей шкалой:

Сумма баллов	Оценка по 4-ех балльной шкале	Оценка ECTS	Требования к уровню освоению учебной дисциплины
--------------	-------------------------------	-------------	---

90-100	5 – «отлично»	A	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы.
85-89	4 – «хорошо»	B	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.
75-84		C	
70-74		D	
65-69	3 – «удовлетворительно»	E	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.
60-64			
Ниже 60	2 – «неудовлетворительно»	F	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. ЭИ S11 The Marketing Challenge for Industrial Companies : Advanced Concepts and Practices, Cham: Springer International Publishing, 2016
2. ЭИ Б 93 Управление маркетингом: учебник : , Moscow: Проспект, 2016
3. ЭИ О-48 Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов, Москва: Юрайт, 2022

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. ЭИ В97 Business Project Management and Marketing : Mastering Business Markets, Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2016

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ:

Специальное программное обеспечение не требуется

LMS И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

<https://online.mephi.ru/>

<http://library.mephi.ru/>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Специальное материально-техническое обеспечение не требуется

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Обязательным условием успешного усвоения курса является овладение его внутренней логикой, предполагающей понимание того, что:

- Все задачи, решаемые студентом в рамках курса могут быть и будут востребованы как в ходе профессиональной деятельности, так и в рамках других дисциплин, а также – в повседневной жизни;

- Любая задача, поставленная в рамках курса может быть решена несколькими путями, поиск которых развивает навыки работы с компьютером и является творческой задачей.

Своевременное выполнение заданий является ключевым моментом в понимании программы курса и успешном его завершении.

Некоторые материалы курса находятся в открытом доступе для студентов, осваивающих курс, на странице курса на образовательной платформе IIR E-learning (elearning.iirmephi.ru)

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Настоящие методические указания носят рамочный характер и описывают основные элементы деятельности в рамках курса.

Основными задачами преподавателя являются:

- подготовка и актуализация материалов к лекциям и семинарским занятиям (с распределением по темам) с целью привлечь студентов к творческой деятельности, развитию навыков поиска и анализа данных, развития коммуникационных навыков студентов;

- установление с руководимыми студентами деловых и дружеских коллегиальных отношений, позволяющих с наибольшей полнотой раскрыться позитивным индивидуальным особенностям обучаемых.

Обязанностью преподавателя является:

- общая постановка задачи, подлежащей решению в ходе курса, с кратким обоснованием её значимости и актуальности;

- рекомендации по подбору и анализу информационных источников;

- текущий контроль за ходом работы.

Автор(ы):

Суслина Ирина Викторовна, к.э.н., доцент