

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МФЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:02:27

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f8bea882b8d602

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский университет

«Московский институт электронной техники»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И.Г. Игнатова

«06» октября 2020 г.

М.П.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Международный маркетинг»

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Москва 2020

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующей компетенции образовательной программы:

Компетенция ПК-5 «Способен проводить маркетинговые исследования и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на основе результатов исследования» сформулирована на основе профессионального стандарта 08.035 Маркетолог.

Обобщенная трудовая функция (А) Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Трудовая функция (А/01.6) Подготовка к проведению маркетингового исследования.

Трудовая функция (А/02.6) Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

| Подкомпетенции, формируемые в дисциплине | Задачи профессиональной деятельности | Индикаторы достижения подкомпетенций |
|---|---|--|
| ПК-5.ММ Способен формировать предложения по продвижению продукции на внешние рынки, используя результаты их исследования | - формирование предложений по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг на внутренний и зарубежный рынки, в том числе с использованием возможностей информационно-телекоммуникационной среды «Интернет» | Знания: основы и принципы разработки и реализации мероприятий по выводу продукции на внешние рынки. Умения: определять вид маркетинговой информации, полученной в результате исследования внешних рынков и применять модель трех фильтров для выбора страны выхода. Опыт деятельности: в определении способа выхода на внешний рынок. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине – знание экономики предприятия, умение калькулировать затраты и рассчитывать цену товара, умение разрабатывать управленческие решения и оценивать их последствия; иметь опыт математической обработки статистических данных в целях обоснования принимаемых решений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Курс | Семестр | Общая трудоёмкость (ЗЕ) | Общая трудоёмкость (часы) | Контактная работа | | | Самостоятельная работа (часы) | Промежуточная аттестация |
|------|---------|-------------------------|---------------------------|-------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| | | | | Лекции (часы) | Лабораторные работы (часы) | Практические занятия (часы) | | |
| 3 | 6 | 4 | 144 | 32 | - | 32 | 80 | ЗаО, КР |

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| № и наименование модуля | Контактная работа | | | | Самостоятельная работа (часы) | Формы текущего контроля |
|--|-------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---|-------------------------|
| | Лекции (часы) | Лабораторные работы (часы) | Практические занятия (часы) | Самостоятельная работа (часы) | | |
| 1. Сущность международного маркетинга. Основные этапы интернационализации фирмы. | 2 | - | 4 | 5 | Опрос по теме 1 Проверка доклада | |
| 2. Изучение международных рынков. | 4 | - | 12 | 10 | Опрос по темам 2, 3 Проверка выполнения практико-ориентированных заданий по темам 3-8 | |
| 3. Изучение внешней среды международного маркетинга. | 12 | - | 8 | 30 | Опрос по темам 4-9 Проверка выполнения практико-ориентированных заданий по темам 9-12 Контрольная работа | |
| 4. Изучение способов выхода на международный рынок. | 8 | - | 4 | 20 | Опрос по темам 10-13 Проверка выполнения практико-ориентированных заданий по темам 13-14 Тестирование (рубежный контроль) | |

| № и наименование модуля | Контактная работа | | | Самостоятельная работа (часы) | Формы текущего контроля |
|---|-------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--|
| | Лекции (часы) | Лабораторные работы (часы) | Практические занятия (часы) | | |
| 5. Маркетинговый комплекс на международном рынке. | 6 | - | 4 | 15 | Опрос по темам 14-16 Проверка выполнения практико-ориентированного задания по теме 15 Контрольная работа Защита курсовой работы |

4.1. Лекционные занятия

| № модуля дисциплины | № лекции | Объем занятий (часы) | Краткое содержание |
|---------------------|----------|----------------------|--|
| 1 | 1 | 2 | Состояние и перспективы развития внешнеэкономических связей России. Сущность и основные задачи, решаемые в международном маркетинге. Интернационализация предприятия, мотивы и этапы |
| 2 | 2 | 2 | Этапы и особенности исследования международных рынков |
| | 3 | 2 | Методы выбора международных рынков |
| 3 | 4 | 2 | Экономическая среда международного маркетинга. Виды стран по структуре хозяйства и характеру распределения доходов. |
| | 5 | 2 | Политико-правовая среда. Виды торговых барьеров. |
| | 6-7 | 4 | Культурная среда бизнеса и ее влияние на международный маркетинг |
| | 8-9 | 4 | Предпринимательский климат страны и инфраструктура бизнеса. Факторы конкурентоспособности стран. |
| 4 | 10-12 | 6 | Способы выхода на международный рынок и их сравнительный анализ (лицензирование, франчайзинг, совместные предприятия). |
| | 13 | 2 | Формы участия в международных рынках. Понятие транснациональных компаний и банков. Глобальные и мультинациональные компании. Риски при выходе на внешний рынок и способы их учета. |
| 5 | 14 | 2 | Стили поведения фирм на международных рынках. Особенности товарной политики фирм на международных рынках |
| | 15 | 2 | Ценовая политика на международных рынках. Особенности расчета экспортной цены товара. |
| | 16 | 2 | Распределение, сбыт и продвижение товаров на международном рынке. |

4.2. Практические занятия

| № модуля дисциплины | № практического занятия | Объем занятий (часы) | Наименование занятия |
|------------------------|----------------------------|-------------------------|--|
| 1 | 1-2 | 4 | Основные тенденции в развитии международного бизнеса в России и за рубежом. |
| 2 | 3-4 | 4 | Практико-ориентированное задание «Обобщенный анализ деятельности компании во внешней среде». |
| | 5-6 | 4 | Практико-ориентированное задание «Особенности исследования международных рынков». |
| | 7-8 | 4 | Практико-ориентированное задание «Выбор целевого рынка сбыта». |
| 3 | 9-12 | 8 | Практико-ориентированное задание «Экономическая среда международного бизнеса». Культурная среда ММ и ее влияние на маркетинговые решения. |
| 4 | 13-14 | 4 | Практико-ориентированное задание «Способы выхода на международные рынки». Совместное предпринимательство и лицензирование. |
| 5 | 15 | 2 | Особенности маркетинговых решений на международных рынках. Практико-ориентированное задание «Продуктовые и ценовые стратегии, продвижение товаров и рекламирование». |
| | 16 | 2 | Оценка вариантов организации сбытовой деятельности фирмы на международных рынках. |

4.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

| № модуля Дисциплины | Объем занятий (часы) | Вид СРС |
|------------------------|-------------------------|--|
| 1 | 3 | Подготовка доклада «Основные тенденции в развитии международного бизнеса в России». |
| | 2 | Выбор темы курсовой работы, постановка задачи. |
| 2 | 2 | Анализ макросреды компании на внешнем рынке |
| | 6 | Подготовка аналитического резюме по результатам анализа деятельности компании во внешней среде |
| | 2 | Отбор источников по теме курсовой работы. |

| № модуля Дисциплины | Объем занятий (часы) | Вид СРС |
|------------------------|-------------------------|--|
| 3 | 2 | Подготовка к контрольной работе. |
| | 8 | Эссе по культурному профилю международного рынка с использованием внешнего ресурса в соответствии с методическими рекомендациями. Подготовка презентации. |
| | 20 | Критический обзор по теме курсовой работы. Анализ внешней среды международного маркетинга. |
| 4 | 10 | Подготовка к рубежному контролю. |
| | 10 | Обоснование выбора формы международного партнерства по курсовой работе |
| 5 | 10 | Разработка маркетингового комплекса для вывода рассматриваемого продукта на внешний рынок |
| | 5 | Подготовка презентации курсовой работы. Подготовка к защите курсовой работы. |

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Разработка комплекса маркетинга для выведения товара на международный рынок (на примере конкретной фирмы).
2. Разработка путей вывода электробуса КАМАЗ-6282 на рынок Франции.
3. Разработка маркетингового плана по продвижению ионизатора воздуха на рынок Бельгии.
4. Продвижение газированной и негазированной бутилизированной воды фирмы «Кристалл-Терек» на рынок Бразилии.
5. Продвижение дефибриллятора на внутренний рынок Норвегии.
6. Разработка путей вывода шоколада «Алёнка» на рынок Нидерландов.
7. Продвижение солнечных батарей компании «Хевел» на рынок Армении.
8. Вывод товара Berezka lab на рынок Марокко.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов в составе УМК дисциплины (ОРИОКС// URL: , <http://orioks.miet.ru/>):

Модуль 1 «Сущность международного маркетинга. Основные этапы интернационализации фирмы»

- ✓ Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Международный маркетинг» для написания к/р.
- ✓ Лекции для подготовки к практическим занятиям.
- ✓ Методические указания по подготовке Доклада.
- ✓ Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины.

Модуль 2 «Изучение международных рынков»

- ✓ Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Международный маркетинг» для написания к/р.
- ✓ Лекции для подготовки к практическим занятиям.
- ✓ Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины.

Модуль 3 «Изучение внешней среды международного маркетинга»

- ✓ Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Международный маркетинг» для написания к/р.
- ✓ Лекции для подготовки к контрольной работе.
- ✓ Методические рекомендации по работе с внешним ресурсом.
- ✓ Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины.

Модуль 4 «Изучение способов выхода на международный рынок»

- ✓ Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Международный маркетинг» для написания к/р.
- ✓ Лекции для подготовки к практическим занятиям и рубежному контролю.
- ✓ Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины.

Модуль 5 «Маркетинговый комплекс на международном рынке»

- ✓ Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Международный маркетинг» для написания к/р.
- ✓ Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины.
- ✓ Лекции для подготовки к практическим занятиям.
- ✓ Вопросы к зачету.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Моисеева Н.К. Международный маркетинг и бизнес: Учеб. пособие / Н.К. Моисеева. - М.: Курс: Инфра-М, 2013. - 272 с. - ISBN 978-5-905554-30-8; 978-5-16-006443-7.
2. Моисеева Н.К. Справочное пособие по международному маркетингу: Для бакалавров и магистров по направлению "Менеджмент" / Н.К. Моисеева, О.А. Марина, Ю.П. Кузьмина; Министерство образования и науки РФ, Национальный исследовательский университет "МИЭТ"; Под ред. Н.К. Моисеевой. - М.: МИЭТ, 2013. - 140 с. - ISBN 978-5-7256-0719-2.
3. Багиев Г.Л. Международный маркетинг: Учебник / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, В.И. Черенков. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2008. - 688 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-91180-660-6.

Периодические издания

1. РОССИЙСКИЙ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК: Ежемесячный научно-практический журнал / Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. - Москва: ВАВТ Минэкономразвития России, 1996 - . - URL: <http://www.rfej.ru/site/> (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 2072-8042

2. МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: Научно-практическое издание / Издательство "Финпресс". - М.: Финпресс, 1997 - . - URL: <http://www.mavriz.ru/> (дата обращения: 20.09.2020). - ISSN 1028-5849

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Лань: электронно-библиотечная система. URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 15.04.2020).
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 15.04.2020).
3. Внешнеэкономические связи: сайт о мировой экономике, бизнесе и глобализации. – Москва, 2014 - . - URL: <https://eer.ru> (дата обращения: 22.09.2020).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе реализации обучения используется смешанное обучение, которое основано на интеграции технологий традиционного и электронного обучения, замещении части традиционных учебных форм занятий формами и видами взаимодействия в электронной образовательной среде.

Обучение может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Освоение образовательной программы обеспечивается ресурсами электронной информационно-образовательной среды ОРИОКС.

Применяются следующие модели обучения: «Перевернутый класс» и «Расширенная виртуальная модель».

«Расширенная виртуальная модель» предполагает обязательное присутствие студентов на очных учебных занятиях с официальным преподавателем с последующим самостоятельным выполнением индивидуального задания. Работа поводится по следующей схеме: аудиторная работа (семинар с отработкой типового задания в мини-группах с последующим обсуждением) - СРС (онлайновая работа с использованием онлайн-ресурса в т.ч. для организации обратной связи с обсуждением, рецензированием с последующей доработкой и подведением итогов).

«Перевернутый класс» - учебный процесс начинается с постановки проблемного задания, для выполнения которого студент должен самостоятельно ознакомиться с материалом, размещенным в электронной среде. В аудитории проверяются и дополняются полученные знания с использованием докладов, дискуссий и обсуждений. Работа поводится по следующей схеме: СРС (онлайновая предаудиторная работа с использованием внешнего курса) - аудиторная работа (семинар с представлением презентаций с применением на практическом примере изученного материала) - обратная связь с обсуждением и подведением итогов.

Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: раздел ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, Discord.

В процессе обучения при проведении занятий и для самостоятельной работы используются внутренние электронные ресурсы в формах тестирования в ОРИОКС.

Для самостоятельной работы используется внешний электронный ресурс в форме видеобзора по Японии: <https://zen.yandex.ru/media/id/5ff9ec24e001a25d50d8aed0/iaponiia-interesnye-fakty-o-iaponii-601b181ece93531089603d52>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы | Перечень программного обеспечения |
|---|---|---|
| Учебная аудитория | Мультимедийное оборудование | Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office, браузер (Firefox или Internet Explorer или Google Chrome); Acrobat reader DC |
| Учебная аудитория | Доска | Не требуется |
| Помещение для самостоятельной работы | Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МИЭТ | Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus или Open Office, браузер (Firefox, Google Chrome); Acrobat reader DC |

10. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

ФОС подкомпетенции ПК-5.ММ «Способен формировать предложения по продвижению продукции на внешние рынки, используя результаты их исследования».

Фонд оценочных средств представлен отдельным документом и размещен в составе УМК дисциплины электронной информационной образовательной среды ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Особенности организации процесса обучения

Посещение лекций и семинаров обязательно. Дополнительной формой контактной работы являются консультации. Консультации проводятся лектором и преподавателем, ведущим семинарские занятия, еженедельно.

В процессе чтения лекций применяются презентации, содержащие различные виды информации: текстовые, графические и видео.

Помимо индивидуальной и групповой работы на практических занятиях, студенты выполняют курсовую работу (в рамках СРС), предоставляют отчет и презентацию по результатам ее выполнения. При проведении консультирования используются современные технологии дистанционного взаимодействия (Discord, электронная почта).

Результаты заданий СРС публично представляются на практических занятиях.

11.2. Система контроля и оценивания

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система.

Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 100 баллов).

По сумме баллов выставляется итоговая оценка по дисциплине. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

При выставлении итоговой оценки используется шкала, приведенная в таблице:


| Сумма баллов | Оценка |
|--------------|--------|
| Менее 50 | 2 |
| 50 – 69 | 3 |
| 70 – 85 | 4 |
| 86 – 100 | 5 |

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент кафедры МиУП, к.э.н. _____  /О.В. Седова/

Рабочая программа дисциплины «Международный маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профилю) «Маркетинг и управление инновационными проектами» разработана на кафедре «Маркетинг и управление проектами» и утверждена на заседании кафедры «2» октября 2020 года, протокол № 2.


Заведующий кафедрой МиУП


/С.П. Олейник/

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ


Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК


/ И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

Директор библиотеки



/ Т.П.Филиппова /