

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса



Международный маркетинг

Программа учебной дисциплины

Направление 38.03.01 «Экономика»

Профиль «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность»

очная форма обучения

Волгоград
2022

Обсуждена на заседании кафедры технологии, экономики образования и сервиса
« 16» мая 2022г., протокол № 8

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

Жадаев Ю.А. « 16»мая 2022 г.
(зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института технологии, экономики и
сервиса « 17» мая 2022 г. , протокол № 9

Председатель учёного совета д.э.н., проф. Шохнех А.В.


(подпись)

« 17» мая 2022 г.
(дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 30 » мая 2022 г. , протокол № 13

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Телятникова Виктория Сергеевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры технологии, экономики и
сервиса.

Программа дисциплины «Международный маркетинг» соответствует требованиям ФГОС ВО
по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (утверждён приказом Министерства
науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 954) и базовому
учебному плану по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (профиль «Мировая
экономика и внешнеэкономическая деятельность»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ
ВО «ВГСПУ» (от 30 мая 2022 г., протокол № 13).

1. Цель освоения дисциплины

Дать представление об основах маркетинга в международном бизнесе, составе задач и решений, принимаемых в этой сфере, показать особенности использования маркетинговых стратегий на международных рынках, помочь применить эти методы в практической деятельности отечественных предприятий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Международный маркетинг» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Финансы», «Деньги, кредиты, банки», «Инвестиции», «Инвестиционная политика предприятия», «Качество и конкурентоспособность», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Основы делопроизводства», «Основы страхования», «Управление экономическими и производственными рисками».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Внешиэкономическая деятельность предприятий», «Государственные финансы», «Международный валютно-кредитные отношения», «Международный валютный рынок», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Налоги и налогообложение», «Государственное регулирование экономики», «Логистика», «Международная логистика», «Международная статистика», «Международная экономическая интеграция», «Международные альянсы, слияния и поглощения», «Мировая продовольственная система», «Национальная экономика», «Операционный анализ», «Система национальных счетов», «Экономическая география», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- функции, задачи, содержание и основные методы маркетинговой деятельности в международных организациях в зависимости от рыночной ситуации;
- стратегии управления маркетинговой деятельностью предприятия на международных рынках;
- методы оценки и контроля результатов маркетинговой деятельности;

уметь

- осуществлять анализ проблем рыночной деятельности международной организации;
- осуществлять анализ рынка и конкурентов с учетом методологии международного

бизнеса;

- выбирать и определять целевой рынок, сегменты рынка и конечных потребителей;

владеть

– методами маркетинговых исследований различных рынков и рыночных сегментов в зарубежных странах;

– методами маркетингового анализа компонентов маркетинговой среды различных стран, их влияния на потребительское поведение и покупательский спрос;

- расчетными методами для оценки эффективности стратегических решений.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	54	54
Контроль	36	36
Вид промежуточной аттестации		ЭК
Общая трудоёмкость	часы	144
	зачётные единицы	4

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Изучение среды международного маркетинга	Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства. Значение международного маркетинга. Особенности международного маркетинга на зарубежных рынках. Проблемы управления активностью предприятия на мировом рынке. Основные решения в международном маркетинге. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга. Виды торговых барьеров. Факторы, действующие в международном маркетинге.
2	Исследование и выбор международных рынков	Особенности проведения маркетинговых исследований при выходе на зарубежные рынки. Исследование рынка и изучение собственного потенциала предприятия. Методы исследования международного рынка. Схема сбора и обработки рыночной информации для проведения маркетинговых исследований. Трудности проведения полевых исследований за рубежом. Прогнозирование продаж на внешних рынках по результатам маркетинговых исследований. Количественные и качественные методы прогнозирования. Порядок сегментации

		рынка. Оценка и выбор зарубежного рынка. Методы оценки конкурентоспособности фирмы на международных рынках.
3	Особенности формирования комплекса маркетинга при работе на внешних рынках	Международные товарные стратегии. Схема оценки конкурентоспособности товара. Обязательная модификация экспортных товаров. Принципы экспортной товарной политики. Ценовая политика в международной торговле. Организация распределения товара и зарубежных торговых сетей. Особенности организации международного распределения товаров. Продвижение товара на международных рынках.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Изучение среды международного маркетинга	6	12	–	14	32
2	Исследование и выбор международных рынков	6	12	–	20	38
3	Особенности формирования комплекса маркетинга при работе на внешних рынках	6	12	–	20	38

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Шамис, В. А. Маркетинг : практикум / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 78 с. — ISBN 978-5-4497-1817-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124162.html>.

2. Заславская И.В. Бухгалтерский учет [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Заславская И.В., Смагина И.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2019.— 120 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/95515.html>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Бодрова Т.В. Налоговый учет и налоговое планирование [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Бодрова Т.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2021.— 318 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/107808.html>.— ЭБС «IPRbooks».

4. Орлова П.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Орлова П.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021.— 285 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/102270.html>.— ЭБС «IPRbooks».

5. Бондарчук Н.В. Бизнес-разведка. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бондарчук Н.В., Курашова А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2021.— 138 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/107772.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6.2. Дополнительная литература

1. Воротынцева, Т. М. Интеграция как механизм регулирования международной торговли в рамках Евразийского экономического союза и стран Азиатско-тихоокеанского

экономического сотрудничества : монография / Т. М. Воротынцева, Е. М. Филаткина. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2022. — 98 с. — ISBN 978-5-6046938-6-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117286.html>.

2. Коммерческое (торговое) право [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Юриспруденция»/ А.Ю. Дудченко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.— 376 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/109237.html>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Ермолаев Е.Е. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Ермолаев Е.Е., Хайруллин М.Ф.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2021.— 147 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/106824.html>.— ЭБС «IPRbooks».

4. Семенов А.К. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Семенов А.К., Набоков В.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2021.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/107806.html>.— ЭБС «IPRbooks».

5. Быстренко В.И. История государственных учреждений России [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Быстренко В.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021.— 183 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/108230.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6. Азиатские соседи России: взаимодействие в региональной среде [Электронный ресурс]: коллективная монография/ Г.Д. Толорая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2021.— 246 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/107770.html>.— ЭБС «IPRbooks».

7. Клейменова А.Н. Выявление и основы расследования административных правонарушений, отнесенных к компетенции таможенных органов [Электронный ресурс]: учебник/ Клейменова А.Н.— Электрон. текстовые данные.— Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2021.— 178 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/99729.html>.— ЭБС «IPRbooks».

8. Ронжина Н.А. Институты административного и таможенного права, регулирующие деятельность таможенных органов [Электронный ресурс]: учебник/ Ронжина Н.А., Степанов Р.Г., Терентьев Р.В.— Электрон. текстовые данные.— Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2021.— 374 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/99736.html>.— ЭБС «IPRbooks».

9. Масалова Ю.А. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Масалова Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021.— 196 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/108232.html>.— ЭБС «IPRbooks».

10. Бурова Е.Ю. Государственные и муниципальные финансы [Электронный ресурс]: практикум/ Бурова Е.Ю., Скрябин О.О.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Издательский Дом МИСиС, 2020.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/106706.html>.— ЭБС «IPRbooks».

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система IPRBooks. URL: <http://www.iprbookshop.ru>.
2. Научная электронная библиотека Elibrary. URL: <http://elibrary.ru>.
3. Федеральный портал «Российское образование». URL: <http://www.edu.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Информационно-справочная система "Гарант".
2. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).
3. Графический редактор.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Международный маркетинг» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные стандартным набором учебной мебели, учебной доской и стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования.
2. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся (схемы, таблицы, образцы анкет, бланки экспертных заключений, памятки, кейсы, сценарии деловых и ролевых игр, варианты тестовых заданий и бланки ответов для проведения тестирования в периоды рубежных срезов и др.).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Международный маркетинг» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.