

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509acda1454155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Международный маркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	12	12	12	12
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	24	24	24	24
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Международный маркетинг / сост. к.э.н., доцент Трубникова В.В.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Международный маркетинг" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В. _____ 20____ г.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Является освоение теоретических знаний о современных направлениях в области международного маркетинга, а также формирования компетенций, необходимых для принятия эффективных экономико-управленческих решений на предприятии при организации внешнеэкономической деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

Знать:

особенности построения межличностных, групповых коммуникаций в международной среде

Уметь:

использовать методы маркетинговых коммуникаций в международной деятельности

Владеть:

методами анализа и управления международной маркетинговой деятельностью

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Теория и методология международного маркетинга	Раздел			
1.1	Международный маркетинг: сущность и роль в развитии предпринимательства	Лек	6	2	0
1.2	Международный маркетинг: сущность и роль в развитии предпринимательства	Пр	6	4	0
1.3	Международный маркетинг: сущность и роль в развитии предпринимательства	Ср	6	2	0
	Раздел 2. Окружающая среда международного маркетинга	Раздел			
2.1	Культурная среда и ее роль в международном маркетинге	Лек	6	2	2
2.2	Культурная среда и ее роль в международном маркетинге	Пр	6	2	2
2.3	Культурная среда и ее роль в международном маркетинге	Ср	6	2	0
2.4	Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	Лек	6	2	2
2.5	Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	Пр	6	4	2
2.6	Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	Ср	6	2	0
	Раздел 3. Методика и пратика поведения рыночных исследований в международном маркетинге	Раздел			

3.1	Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, классификация, проблемы оценки и выбора	Пр	6	4	0
3.2	Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, классификация, проблемы оценки и выбора	Ср	6	2	0
3.3	Взаимодействие с зарубежными партнерами: сущность, проблемы, способы	Пр	6	4	0
3.4	Взаимодействие с зарубежными партнерами: сущность, проблемы, способы	Ср	6	4	0
3.5	Изучение зарубежного потребителя: сущность, этапы, подходы, методы, анализ	Пр	6	4	0
3.6	Изучение зарубежного потребителя: сущность, этапы, подходы, методы, анализ	Ср	6	2	0
3.7	Маркетинговые стратегии на международных рынках: сущность, виды, проблемы реализации	Пр	6	2	0
3.8	Маркетинговые стратегии на международных рынках: сущность, виды, проблемы реализации	Ср	6	2	0
	Раздел 4. Товар и товарная политика в международном маркетинге	Раздел			
4.1	Товарная политика предприятия: международный аспект	Пр	6	2	0
4.2	Товарная политика предприятия: международный аспект	Ср	6	2	0
4.3	Ценовые стратегии фирм на международном рынке	Лек	6	2	0
4.4	Ценовые стратегии фирм на международном рынке	Пр	6	2	0
4.5	Ценовые стратегии фирм на международном рынке	Ср	6	2	0
4.6	Политика товародвижения и продаж на международном рынке: сущность и проблемы эффективности	Лек	6	2	0
4.7	Политика товародвижения и продаж на международном рынке: сущность и проблемы эффективности	Пр	6	4	0
4.8	Политика товародвижения и продаж на международном рынке: сущность и проблемы эффективности	Ср	6	2	0
4.9	Маркетинговые коммуникации: сущность, структура, типы	Лек	6	2	2
4.10	Маркетинговые коммуникации: сущность, структура, типы	Пр	6	4	2
4.11	Маркетинговые коммуникации: сущность, структура, типы	Ср	6	2	0
4.12	Экзамен	Экзамен	6	36	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Сейфуллаева М. Э. - Международный маркетинг - Москва: Юнити-Дана, 2015.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592	1
6.1.2. Дополнительная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Диденко Н. И. - Международный маркетинг. Практика: Учебник - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/A5C43001-1224-458A-B5DE-C03857B3FCB7	1
Л2.2	Абаев А. Л. - Международный маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/05417761-AE60-4B83-A573-0D6D02C475F1	1
Л2.3	Воробьева И. В. - Международный маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/1D86790B-38C0-4116-BDDF-B4D43C0F6F60	1
6.1.3. Методические разработки			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Иванова Л.А. - Учебно-методическое пособие по дисциплине "Функциональный менеджмент: Маркетинг" - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2013.		1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»		
Э2	Энциклопедия маркетинга		
Э3	Журнал «Маркетинговые коммуникации»		
Э4	Журнал «Директор по продажам»		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional		
7.3.1.2	Microsoft Windows 8.1		
7.3.1.3	MsOffice Professional 2007		
7.3.1.4	Google Chrome		
7.3.1.5	7-Zip		
7.3.1.6	Adobe Acrobat Reader DC		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	СПС Консультант плюс		
7.3.2.2	Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/		
7.3.2.3	Университетская библиотека ONLINE http://biblioclub.ru/		
7.3.2.4	Электронно-библиотечная система IPRbook http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.5	Электронно-библиотечная система Юрайт https://biblio-online.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 518. Стол ученический двухместный – 34 шт. Стул ученический – 70 шт. Трибуна – 1 шт. Трибуна настольная – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл №9 персик 5 этаж каб. №518 – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.3	Комплект мультимедийных презентаций по отдельным разделам/темам дисциплины: «Международная маркетинговая среда»; «Бизнес-знания – основа конкурентной позиции товара и фирмы на рынке»; «Международная информационная среда».

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимся на кафедре.

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Практические занятия имеют следующую структуру:

- тема практического занятия;
- задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических задач, проектов и т. п.
- рекомендуемая литература.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы, которые содержатся рабочей программе дисциплины в свободном доступе для студентов.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет-ресурсы.

В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.

Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.