

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 17.05.2023 20:49:21  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса  
Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Международные маркетинговые стратегии**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**38.03.01 Экономика**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Мировая экономика, Международная экономическая безопасность**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью освоения дисциплины «Международные маркетинговые стратегии»:** основной целью курса является формирования знаний в области международных маркетинговых стратегий и направлен на изучение основных инструментов международного маркетинга.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «**Международные маркетинговые стратегии**» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития
		УК-5.2. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий
		УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения
ПК-1	Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	ПК-1.1. Знает методы анализа и интерпретации данных статистики о социально-экономических процессах и явлениях;
		ПК-1.2. Умеет на основе анализа выделять тенденции изменения социально-экономических показателей;
		ПК-1.3. Ориентируется в актуальных тенденциях социально-экономического развития мира;
ПК-2	Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности	ПК-2.1. Изучает методы работы с заинтересованными сторонами, проводит анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия;
		ПК-2.2. Использует информацию о методах, техниках, процессах и инструментах управления требованиями заинтересованных сторон и факторах, влияющих на деятельность организации;
		ПК-2.3. Осуществляет качественный анализ информации с точки зрения выбранных критериев, предметной области и специфики деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «**Международные маркетинговые стратегии**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.11.01

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «**Международные маркетинговые стратегии**».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	История экономических учений История России Философия Иностранный язык Русский язык как иностранный Зарубежное страноведение Глобальные процессы в мировой экономике Международные валютно-кредитные отношения Проектная работа "Международные переговоры и заключение внешнеторгового контракта" Профессиональный иностранный язык Профессиональный русский язык Геополитика История международных отношений Глобальные тренды развития мировой промышленности Международные экономические организации Экономика Азии Экономика арабских стран Экономика Латинской Америки Экономика Африки Управление	Международный нефтегазовый бизнес Таможенные аспекты ВЭД Международный инновационный бизнес Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра Иностранный язык (второй)

		человеческими ресурсами	
ПК-1	Способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	Зарубежное страноведение Глобальные процессы в мировой экономике Теория игр Компьютерные инструменты в бизнес-аналитике (Big Data) Международные валютно-кредитные отношения Глобальные тренды развития мировой промышленности Система управления базами данных Пространственный анализ в мировой экономике Экономика Азии Экономика арабских стран Экономика Латинской Америки Экономика Африки	Международный нефтегазовый бизнес Элективный модуль "Международные финансы" Анализ мировых финансовых рынков Международный финансовый менеджмент Международный инвестиционный бизнес Таможенные аспекты ВЭД Анализ мировых товарных рынков Международный инновационный бизнес Международный розничный бизнес Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра Научный семинар
ПК-2	Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности	Экономика и организация внешнеэкономической деятельности Проектный анализ Проектная работа "Международные переговоры и заключение внешнеторгового контракта" Моделирование бизнес-процессов Автоматизированные системы бухучета Raising Capital Methods / Методы привлечения капитала Digital-marketing / Цифровой маркетинг	Международный нефтегазовый бизнес Международная логистика Международный инновационный бизнес Международный розничный бизнес Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра

		Banking Business / Банковский бизнес	
--	--	---	--

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «**Международные маркетинговые стратегии**» составляет **2** зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		В			
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>34</b>	<b>34</b>			
В том числе:	-	-	-		
Лекции	17	17			
Семинары (С)	17	17			
<b>Контроль</b>	<b>18</b>	<b>18</b>			
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>20</b>	<b>20</b>			
Общая трудоемкость часов	<b>72</b>	<b>72</b>			
зачетных единиц	<b>2</b>	<b>2</b>			

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Вид учебной работы*
1.	Тема 1. Концепции международного маркетинга. Роль международного маркетинга в развитии бизнеса	Предмет, цели и задачи курса. Введение в дисциплину. Сущность международного маркетинга и этапы перехода к международному маркетингу. Мотивы интернационализации бизнеса. Основные решения международного маркетинга. Этапы интернационализации бизнеса. Стили поведения фирмы на международном рынке. Концепции развития международного маркетинга	ЛК, СЗ
3.	Тема 2. Модель планирования выхода на зарубежные рынки	Маркетинговые решения компании при выходе на международные рынки. Модель планирования выхода на зарубежные рынки Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности. STEP-анализ, SWOT-анализ, оценка привлекательности рынка по модели конкурентных сил П.Портера Оценка основных рисков внешней среды и степень их опасности для бизнеса. Метод Дельфи. Основные цели сегментации. Оценка потенциала сегмента. Оценка возможностей освоения сегмента Условия эффективной маркетинговой деятельности фирмы	ЛК, СЗ
3	Тема 3. Сегментирование	Основные цели сегментации. Оценка доступности сегмента. Оценка потенциала	ЛК, СЗ

	международных рынков	сегмента. Оценка возможностей освоения сегмента. Критерии рисков и метод оценки рисков института BERI.	
4	Тема 4. Международные маркетинговые исследования	Основные проблемы при заказе международных маркетинговых исследований План проведения международных маркетинговых исследований. Классификация планов маркетинговых исследований Алгоритм разработки маркетингового исследования Разработка технического задания и предложения на проведение исследования Алгоритм проведения кабинетных исследований, сбора и анализа вторичной информации	ЛК, СЗ
5	Тема 5. Международные маркетинговые стратегии	Стратегии концепции многонационального рынка. Стратегии концепции глобального рынка. Международные конкурентные стратегии. Региональные стратегии.	ЛК, СЗ
6	Тема 6. Планирование каналов дистрибуции при выходе на зарубежные рынки	Функции каналов дистрибуции. Международные каналы распределения. Способы проникновения на зарубежных рынки и осуществления торговых операций на них. Критерии выбора каналов сбыта. Виды сбыта. Критерии отбора и оценки посредников.	ЛК, СЗ
7	Тема 7. Кросс-культурные аспекты международного маркетинга	3 типа культур по Р.Льюису. Теория маркетинговой глобализации. Кросс-культурная компетенция в маркетинговых коммуникациях. Способы достижения и использования конкурентного преимущества при глобальной стратегии	ЛК, СЗ
8	Тема 8. Организация международного маркетинга	Структуры управления международным маркетингом. Функции управления в международном маркетинге	ЛК, СЗ

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ ауд.	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования
321	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации студентов	Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*200 Dsem-4305 Точка доступа WiFi Ноутбук ASUS F6A C2D-T5450 13" 2048MB/250Gb/VistaHomeBasic+bag, Office Prof Plus2007 Rus сч.К3447-1/IV от 17.12.08
336	аудитории для групповых и индивидуальных консультаций: помещение программы	Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*200 Dsem-4305 Точка доступа WiFi Ноутбук ASUS F6A C2D-T5450 13"

	«Мировая экономика»	2048MB/250Gb/VistaHomeBasic+bag,Office Prof Plus2007 Rus сч.К3447-1/IV от 17.12.08
114	Помещение кафедры международных экономических отношений,	Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*200 Dsem-4305 Точка доступа WiFi Ноутбук ASUS F6A C2D-T5450 13" 2048MB/250Gb/VistaHomeBasic+bag,Office Prof Plus2007 Rus сч.К3447-1/IV от 17.12.08
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели (аудитория 18)	Комплект специализированной мебели, Экран настенный с электроприводом Cactus MotoExpert 150x200см (CS-PSME-200X150-WT), Проектор BenQ MH550, Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/Office 365, Teams)

## 7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) программное обеспечение программное обеспечение Microsoft Office

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы Сайт библиотеки РУДН – Режим доступа: <http://lib.rudn.ru/> - со стационарных компьютеров РУДН

1. Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
2. LexisNexis. – Режим доступа: <http://www.lexisnexis.com/hottopics/lnacademic/?>
3. Книжные коллекции издательства SPRINGER. – Режим доступа: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)
4. Вестник РУДН – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
5. Columbia International Affairs Online (CIAO) – Режим доступа: <http://www.ciaonet.org/>
6. Универсальные базы данных East View. – Режим доступа: <http://online.ebiblioteka.ru/>
7. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. eLibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?>
8. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». [Grebennikon](http://grebennikon.ru/). – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>
9. Международный портал электронных газет общественно-политической тематики. Library PressDisplay – Режим доступа: <http://library.pressdisplay.com>
10. Справочники - отраслевые и страноведческие БД. Polpred.com. – Режим доступа: <http://www.polpred.com/>
11. On-line доступ к журналам. Информационная база данных по всем отраслям науки и электронная доставка документов. SwetsWise. – Режим доступа: <http://www.swetswise.com>
12. Журналы University of Chicago Press Journals: American Journal of Education. Comparative Education Review. – Режим доступа: <http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlpha+bet>
13. Книги издательства «Альпина Паблишерз». Актуальная деловая литература. – Режим доступа: [http://www.alpinabook.ru/books/online\\_biblioteka.php](http://www.alpinabook.ru/books/online_biblioteka.php)
14. Электронная библиотека литературы по истории России [BIBLIOPHIKA](http://www.bibliophika.ru/) – Режим доступа: <http://www.bibliophika.ru/>
15. Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>

*Поисковые системы:* Яндекс (yandex.ru), Google (google.ru).

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

а) основная литература

Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под ред. И. В. Воробьевой, К. .. Пецольт, С. Ф. Сутырина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 398 с. — (Серия : Бакалавр и магистр.

Академический курс). — ISBN 978-5-534-02455-5.

3. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 350 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7.

б) дополнительная литература

Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468845> (дата обращения: 17.05.2021).

**Периодические издания:**

1. Маркетинг.
2. Маркетинг в России и за рубежом.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.
4. Маркетолог.
5. Новый маркетинг.
6. Секрет фирмы.
7. Consumption, Markets & Culture.
8. European Journal of Marketing.
9. Industrial Marketing Management.
10. International Journal of Advertising.
11. International Journal of Consumer Studies.
12. International Journal of Research in Marketing.
13. Journal of the Academy of Marketing Science.
14. Journal of Euromarketing.
15. Journal of International Consumer Marketing.
16. Journal of Public Policy & Marketing.
17. Marketing Intelligence & Planning.
18. Psychology & Marketing.

ТУИС <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=10913>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «**Международные маркетинговые стратегии**»
2. Лекционный материал

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «**Международные**



**маркетинговые стратегии»** представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**Разработчики:**

Ст.преподаватель кафедры маркетинга *Калыгина*

Калыгина В.В,

Должность, название кафедры подпись инициалы, фамилия

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

**Руководитель программы**



**Айдрус И.А.З.**

\_\_\_\_\_  
Наименование БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

**Руководитель программы**



**Глинская М.В.**

\_\_\_\_\_  
Наименование БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.