

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.05.2025 16:40:26
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Экономический факультет

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ГРУППОВОЙ ПРОЕКТ ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу» входит в программу магистратуры «Международный маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 2 разделов и 5 тем и направлена на изучение научной литературы (российской и зарубежной) по теме исследования; углубление теоретических и практических навыков, в том числе в области международного маркетинга; формирование способности квалифицированно решать теоретические и практические задачи; делать аргументированные выводы и принимать эффективные решения в области управления международным маркетингом, владения инструментами международных маркетинговых коммуникаций, оперативного маркетингового планирования.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов навыков исследовательской работы, повышение уровня их профессиональной (теоретической и практической) подготовки, расширение и углубление знаний в областях маркетинга, финансов организации, глобального стратегического менеджмента, корпоративного управления, международного маркетинга, международных маркетинговых стратегий и развитие навыков системного подхода при решении поставленных задач.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
УК-3	Способен организовывать и	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений;
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3 .1 Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды; ОПК-3 .2 Принимает обоснованные организационно-управленческие решения; ОПК-3 .3 Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений; ОПК-3 .4 Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4 .1 Использует современные методы, технологии и инструменты управления проектной и процессной деятельностью в компании; ОПК-4 .2 Применяет в процессной и проектной деятельности современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки; ОПК-4 .3 Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании; ОПК-4 .4 Разрабатывает на основе использования современных методов позиционирования бизнеса стратегии развития компаний и соответствующие им бизнес-модели;
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5 .1 Способен разработать план научного исследования в области менеджмента на основе оценки и обобщения результатов научных трудов отечественных и зарубежных ученых; ОПК-5 .2 Использует современные методы, технологии и инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте; ОПК-5 .3 Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента; ОПК-5 .4 Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей;
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПКО-1.1 Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований; ПКО-1.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ПКО-1.3 Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований; ПКО-1.4 Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПКО-2	Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлении ими на международных рынках компании	ПКО-2.1 Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ПКО-2.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ПКО-2.3 Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов; ПКО-2.4 Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;
ПКО-3	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПКО-3.1 Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения на международных рынках; ПКО-3.2 Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар на международных рынках; ПКО-3.3 Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов на международных рынках; ПКО-3.4 Владеет инструментами инструментами оценки ценности товарного предложения (соответствия цены ожиданиям рынка);
ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПКО-4.1 Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек на международных рынках; ПКО-4.2 Знает основные формы выхода компании на международный рынок; ПКО-4.3 Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня; ПКО-4.4 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на международных рынках товаров и услуг; ПКО-4.5 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в международном маркетинге;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу».

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-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для	Корпоративное управление;	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	достижения поставленной цели		
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях; <i>Разработка бизнес стратегий в международных компаниях**;</i> <i>Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)**;</i> Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; Научно-исследовательская работа;	Преддипломная практика;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Корпоративное управление; Управленческая экономика; Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; Глобальный стратегический менеджмент; Методология исследования проблем управления; <i>Маркетинговые методы прогнозирования**;</i> Финансы организаций; Научно-исследовательская работа;	Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	Корпоративное управление; Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях; Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; Оперативное маркетинговое планирование; Глобальный стратегический менеджмент;	
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Оперативное маркетинговое планирование; Глобальный стратегический менеджмент;	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	Маркетинговый аудит; Информационные базы данных; Методология исследования проблем управления; Научно-исследовательская работа;	
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов); <i>Анализ финансовой отчетности**</i> ; <i>Маркетинговая аналитика на основе Big Data**</i> ; Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; <i>Маркетинговые методы прогнозирования**</i> ; Научно-исследовательская работа;	
ПКО-2	Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлении ими на международных рынках компании	<i>Анализ финансовой отчетности**</i> ; <i>Экономика энергетических и сырьевых отраслей России**</i> ; Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; Научно-исследовательская работа;	
ПКО-3	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	<i>Маркетинговый аудит</i> ; <i>Разработка бизнес стратегий в международных компаниях**</i> ; Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; <i>Оперативное маркетинговое планирование</i> ; Научно-исследовательская работа;	
ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	<i>Разработка бизнес стратегий в международных компаниях**</i> ; Индивидуальный проект по маркетинговому планированию; Научно-исследовательская работа;	Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
Контактная работа, ак.ч.	0		0
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	144		144
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Подготовка и написание междисциплинарного группового проекта по международному маркетингу	1.1	Работа с научной литературой, определение эмпирической базы междисциплинарного группового проекта по международному маркетингу.	
		1.2	Работа с научным руководителем, изучение методических рекомендаций к выполнению междисциплинарного группового проекта по международному маркетингу, составление плана работы и его утверждение научным руководителем.	
		1.3	Проведение научного исследования, подведение его итогов, консультация научного руководителя.	
Раздел 2	Оформление и защита междисциплинарного группового проекта по международному маркетингу.	2.1	Работа с требованиями к оформлению междисциплинарного группового проекта по международному маркетингу.	
		2.2	Сдача междисциплинарного группового проекта по международному маркетингу на проверку научному руководителю, защита проекта.	

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Дрещинский, В. А. Методология научных исследований : учебник для вузов / В. А. Дрещинский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 274 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07187-0. — URL:

<https://urait.ru/bcode/514505>

2. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебник для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563875> (дата обращения: 12.04.2025).

3. Ибрагимов, Р. Г. Корпоративные финансы. Финансовые решения и ценность фирмы : учебное пособие для вузов / Р. Г. Ибрагимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02638-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/512553>

4. Маркетинг-менеджмент : учебное пособие / Л.С. Брусенцова, Е.В. Козлова, Л.В. Кузнецова, И.К. Полянская. — Москва : ИНФРАМ, 2024. — 151 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-16-112459-8. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144867> (дата обращения: 12.04.2025).

5. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 25.01.2023).

6. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515455> (дата обращения: 25.01.2023).

Дополнительная литература:

1. Лимитовский, М. А. Корпоративный финансовый менеджмент : учебно-практическое пособие / М. А. Лимитовский, В. П. Паламарчук, Е. Н. Лобанова ; ответственный редактор Е. Н. Лобанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 990 с. — ISBN 978-5-9916-3693-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/488229>.

2. Мокий, В. С. Методология научных исследований. Трансдисциплинарные подходы и методы : учебное пособие для вузов / В. С. Мокий, Т. А. Лукьянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 229 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13916-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/515431>

3. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563876> (дата обращения: 12.04.2025).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу».

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

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент кафедры

Должность, БУП

Подпись

Иванов Александр
Михайлович

Фамилия И.О.

Доцент кафедры

Должность, БУП

Подпись

Черников Сергей
Юрьевич

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Лукина Анастасия
Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент кафедры

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр
Михайлович

Фамилия И.О.