

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.05.2025 12:15:27

Уникальный программный ключ:

sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ МАРКЕТИНГОМ

(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):

УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ БИЗНЕСОМ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление международным маркетингом» входит в программу магистратуры «Управление международным бизнесом» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 2 разделов и 6 тем и направлена на изучение методологии, основных принципов и методов эффективного управления международным маркетингом современной компании.

Целью освоения дисциплины является обучение слушателей применению на практике методологии, основных принципов и методов эффективного управления международным маркетингом современной компании. В курсе рассматривается современная теория и практика управления международным маркетингом в компаниях, работающих на отечественном и международном рынках, затрагиваются вопросы разработки и реализации продуктов компании, работающей на зарубежных рынках, особенности жизненного цикла их продуктов, формирующих продуктовый портфель.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление международным маркетингом» 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)
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1 Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента; ОПК-1.2 Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности; ОПК-1.3 Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления; ОПК-1.4 Владеет навыками обоснованного выбора методов решения практических и исследовательских задач;
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;
ПК-1	Способность использовать количественные и качественные методы экономического и стратегического анализа для проведения прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-1.1 Владеет методами анализа рыночной среды, способами оценки производственно-экономического потенциала компании и путей достижения высокой эффективности бизнес-системы; ПК-1.2 Анализирует поведение экономических агентов и рынков в глобальной среде, взаимосвязи политических и экономических процессов на уровне отдельных стран и интеграционных объединений, понимает основные тенденции

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		развития мировой экономики, особенности отдельных стран, способен анализировать инвестиционный климат в разных регионах мира с учетом политических, социальных, культурных и экономических факторов; ПК-1.3 Анализирует существующие формы организации, функции, методы, структуры и процессы управления, разрабатывает и обосновывает предложения по их совершенствованию; ПК-1.4 Проводит оценку эффективности принимаемых управленческих решений, программ, проектов;
ПК-2	Способность разрабатывать стратегии развития организаций и их отдельных подразделений	ПК-2.1 Определяет направления развития организации: оценивает ее текущее состояние, определяет параметры будущего состояния, оценивает бизнес-возможности организации; ПК-2.2 Разрабатывает стратегию управления изменениями в организации: определяет цели и задачи стратегических изменений на корпоративном и бизнес-уровне, основные параметры и ключевые показатели эффективности разрабатываемых стратегических изменений, критерии оценки успеха стратегических изменений; ПК-2.3 разрабатывает функциональные стратегии: в области производственной, логистической, управления персоналом, управления инновациями и маркетинговой деятельности; ПК-2.4 Разрабатывает планы реализации стратегических изменений в организации; ПК-2.5 Использует современные методы управления финансами для решения стратегических задач;
ПК-3	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-3.1 Выполняет управленческие функции в организации, действующей в условиях глобализированной правовой, социо-культурной и экономической среды; ПК-3.2 Разрабатывает организационные проекты реструктуризации деятельности компании, программы организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию; ПК-3.3 Использует методики разработки организационных структур и информационно-управленческих систем инновационной организации, управления организационными изменениями в рабочих коллективах при внедрении новой техники и технологии; ПК-3.4 Организует деятельность творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководит ими; ПК-3.5 Управляет маркетинговой деятельностью организации: планирует и контролирует ее;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление международным маркетингом» 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 «Управление международным маркетингом».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	Научно-исследовательская работа; Корпоративное управление; Международная коммерческая деятельность организаций; Финансы организаций в международном бизнесе; Управленческая экономика; Адаптивный курс по основам экономики и менеджмента; Управление международным бизнесом в глобальной среде;	Преддипломная практика;
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	Глобальный стратегический менеджмент; Международные бизнес-коммуникации; Международная коммерческая деятельность организаций;	Преддипломная практика;
ПК-1	Способность использовать количественные и качественные методы экономического и стратегического анализа для проведения прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Научно-исследовательская работа; <i>Управление инвестициями в международном бизнесе**</i> ; Финансы организаций в международном бизнесе; <i>Management of the Sustainable Development of Economic Agents and Markets in the Global Business Environment**</i> ; Адаптивный курс по основам экономики и менеджмента;	Преддипломная практика;
ПК-2	Способность разрабатывать стратегии развития организаций и их отдельных подразделений	Международная коммерческая деятельность организаций; Управление международной компанией; Финансы организаций в международном бизнесе; Научно-исследовательская работа;	Преддипломная практика;
ПК-3	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Научно-исследовательская работа; Управление международной компанией; Международные бизнес-коммуникации; Управление международным	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		бизнесом в глобальной среде;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление международным маркетингом» составляет «3» 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.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56		56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

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	Общая теория управления международным маркетингом	1.1	Управление международным маркетингом: введение в дисциплину	ЛК, СЗ
		1.2	Продукт и его роль в управлении международным маркетингом компании	ЛК, СЗ
		1.3	Основные подходы к разработке брендов и управлению ими в международных компаниях	ЛК, СЗ
Раздел 2	Практические аспекты управления международным зарубежными и отечественных компаниях	2.1	Управление портфелем брендов в международных компаниях	ЛК, СЗ
		2.2	Марочные стратегии международных компаний	ЛК, СЗ
		2.3	Управление продвижением товаров международных компаний на зарубежные рынки	ЛК, СЗ

* - 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)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Проекционный экран GEHA 244*244, Экран с электропроводом Draper 203*1, Акустическая система Defender Mercury 35 MkII, Телевизор Philips
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Digma Pro Unity i7 1255U MHz/16 GB/512 GB/DVD/audio, монитор 27", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Digis Electra 200*150

		Dsem-4303
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.	Моноблок Digma Pro Unity i7 1255U MHz/16 GB/512 GB/DVD/audio, монитор 27", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535931>

2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/53886>

Дополнительная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531384>

2. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг. - М.: МГИМО-Университет, 2022

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

<https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Управление международным маркетингом».

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

РАЗРАБОТЧИК:

доцент кафедры менеджмента

Должность, БУП

Подпись

Якубова Татьяна

Николаевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Должность БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Колганова Елена

Викторовна

Фамилия И.О.