

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.06.2024 10:52:10

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

**Высшая школа управления**

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

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

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

### 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Международный маркетинг» входит в программу бакалавриата «Управление предприятиями наукоемких отраслей промышленности» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение особенностей реализации маркетинговой деятельности компании и эффективного применения маркетинговых технологий в управлении организацией, осуществляющей деятельность на международном рынке.

Целью освоения дисциплины является ознакомление со спецификой маркетинговой деятельности организации на международном рынке, в т. ч. в условиях глобальной экономики; изучение методологического инструментария исследования международных рынков, оценки привлекательности выбранного сегмента, выбора стратегий вхождения и форм закрепления на нем; анализ стратегий международного маркетинга; раскрытие особенностей товарной политики, ценообразования, сбытовой политики и коммуникаций на международном рынке; привитие практических навыков анализа международной маркетинговой среды, выбора эффективной маркетинговой стратегии, формирования комплекса маркетинга организации, осуществляющей деятельность на международном рынке.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Международный маркетинг» 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 и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
ПК-1	Способность осуществлять тактическое планирование деятельности структурных подразделений производственной организации	ПК-1.2 Способен выявлять резервы производства.;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «Международный маркетинг».

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 осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Управление высокотехнологичным производством; Деловые коммуникации; Введение в специальность; Русский язык и культура речи; Техника презентаций и сторителлинг; Антикризисное управление; <i>Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**;</i> <i>УХ**;</i> <i>Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**;</i> Макроэкономика; Экономико-математическое моделирование; Второй иностранный язык (практический курс); Управление проектами; Бизнес-планирование; Мировая экономика и международные экономические отношения; Налоги и налогообложение; Управление high-tech-бизнесом; <i>Предпринимательская деятельность**;</i> <i>Креативный брендинг и реклама**;</i> <i>Операционный менеджмент**;</i> <i>Управление бизнес-процессами**;</i>	Преддипломная практика;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Производственно-управленческая практика; Ознакомительная практика; Философия; Математика; Концепции современного естествознания; Теория управления; Теория организации; Финансовый менеджмент; Введение в специальность; Микроэкономика; Макроэкономика; Информатика; Экономико-математическое моделирование; Второй иностранный язык (практический курс); Управление проектами; Бизнес-планирование; Мировая экономика и международные экономические	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>отношения;  Экономика предприятия;  Основы менеджмента;  Антикризисное управление;  Ценообразование и ценовая конкуренция;  Налоги и налогообложение;  Управление high-tech-бизнесом;  Аналитика данных (BI);  <i>Креативный брендинг и реклама**;</i>  <i>Продакт-менеджмент**;</i>  <i>Основы банковского дела**;</i>  <i>Особенности налогообложения в космической промышленности**;</i>  <i>Экономика и организация внешнеэкономической деятельности**;</i>  <i>Государственно-частное партнерство в реализации наукоемких проектов**;</i>  <i>Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**;</i>  <i>UX**;</i>  <i>Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**;</i>  <i>SMM продвижение**;</i>  <i>Организация фундаментальных и прикладных космических исследований**;</i>  <i>Защита интеллектуальной собственности**;</i>  Маркетинг;  Менеджмент качества;  Логистика;  <i>Предпринимательская деятельность**;</i>  <i>Операционный менеджмент**;</i>  <i>Управление бизнес-процессами**;</i>  Экологическое, социальное и корпоративное управление (ESG);  Личный бренд и лидерство;</p>	
ПК-1	Способность осуществлять тактическое планирование деятельности структурных подразделений производственной организации	<p>Микроэкономика;  Макроэкономика;  <i>Применение результатов космической деятельности в организациях и отраслях экономики**;</i>  <i>Перспективы освоения и использования космоса**;</i>  <i>Современные технологии программирования**;</i>  Экономика предприятия;  Основы менеджмента;  Личный бренд и лидерство;  Бизнес-планирование;</p>	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 «Международный маркетинг» 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)
	ак.ч.	зач.ед.	
Контактная работа, ак.ч.	51		7
Лекции (ЛК)	17		51
Лабораторные работы (ЛР)	0		17
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	75		34
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		75
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>18</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>144</b>

## 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	Сущность и условия международного маркетинга	1.1	Глобализация мировой экономики и международная маркетинговая среда	ЛК, СЗ
		1.2	Сущность международного маркетинга, этапы развития	ЛК, СЗ
Раздел 2	Исследования и способы выхода на международные рынки	2.1	Международные маркетинговые исследования	ЛК, СЗ
		2.2	Способы выхода на международный рынок, внешнеэкономические стратегии компании	ЛК, СЗ
Раздел 3	Международные маркетинговые стратегии	3.1	Стратегии сегментирования. Конкурентные стратегии на международных рынках	ЛК, СЗ
		3.2	Товарная и брендинговая политика в комплексе международного маркетинга	ЛК, СЗ
		3.3	Ценообразование и ценовая политика в комплексе международного маркетинга	ЛК, СЗ
		3.4	Сбытовая политика фирмы в комплексе международного маркетинга	ЛК, СЗ
		3.5	Реклама и продвижение в комплексе международного маркетинга	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.	
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.	
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.	

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510793> (дата обращения: 19.04.2023).

2. Заволокина, Л. И. Мировая экономика : учебное пособие для вузов / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14371-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519763> (дата обращения: 19.04.2023).

### *Дополнительная литература:*

1. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес : учебное пособие / Н. К. Моисеева. - Москва : КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 272 с. - ISBN 978-5-905554-30-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1026456> (дата обращения: 17.04.2024). — Режим доступа: по подписке.

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536209> (дата обращения: 17.04.2024).

### *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](http://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.elsevier.com/locate/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Международный маркетинг».

\* - 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 «Международный маркетинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Диесперова Наталья  
Александровна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*



*Подпись*

Островская Анна  
Александровна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

*Должность, БУП*

*Подпись*



Чурсин Александр  
Александрович

*Фамилия И.О.*