

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.06.2025 12:50:53  
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**

### **ИНСТРУМЕНТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА**

(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):**

### **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Инструменты международного маркетинга» входит в программу бакалавриата «Международные экономические отношения и внешнеэкономическая деятельность» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра международных экономических отношений. Дисциплина состоит из 4 разделов и 9 тем и направлена на изучение анализа международной маркетинговой среды, адаптации стратегий с учетом культурных, экономических и правовых особенностей разных стран, а также эффективного использования digital-инструментов для кросс-культурного продвижения. В результате освоения дисциплины обучающиеся смогут самостоятельно проводить комплексную оценку потенциала зарубежных рынков, разрабатывать маркетинговые стратегии, применять современные методы аналитики и методы продвижения на зарубежных рынках, управлять международными маркетинговыми кампаниями.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов комплексного понимания инструментов международного маркетинга, их роли в глобальной бизнес-среде и практических механизмов применения для успешного вывода продуктов и услуг на зарубежные рынки.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Инструменты международного маркетинга» 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<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1 | Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности | ПК-1.1 умеет работать с источниками международной статистической информации, анализировать динамику основных характеристик международных экономических отношений.;<br>ПК-1.2 знает правовые основы международных экономических отношений, понимать и уметь анализировать их влияние на внешнеэкономическую политику РФ;<br>ПК-1.3 владеет основными навыками и базовыми навыками прикладного анализа международной ситуации; |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Инструменты международного маркетинга» 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 «Инструменты международного маркетинга».

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

| Шифр | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                   | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| ПК-1 | Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности | <p>Проектно-технологическая практика;</p> <p>Экономическая география;</p> <p>Правоведение;</p> <p>Экономика предприятия;</p> <p>Python и SQL в экономике и управлении;</p> <p><i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i></p> <p><i>Тайм-менеджмент**;</i></p> <p><i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i></p> <p><i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i></p> <p><i>Основы предпринимательства**;</i></p> <p><i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i></p> <p><i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i></p> <p><i>Комплаенс документации**;</i></p> <p><i>Управление талантами**;</i></p> <p><i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i></p> <p><i>Самокоучинг**;</i></p> <p><i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i></p> <p><i>Дизайн-мышление**;</i></p> <p><i>Эмоциональный интеллект**;</i></p> <p><i>Нейромаркетинг**;</i></p> <p><i>Персональный брендинг**;</i></p> <p><i>Методы оптимальных решений**;</i></p> <p><i>Моделирование бизнес-процессов**;</i></p> <p><i>Бизнес в Интернет**;</i></p> <p><i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i></p> <p><i>Phygital-технологии в экономике**;</i></p> <p><i>Креативная экономика в городах и регионах**;</i></p> <p><i>Брендинг территорий**;</i></p> <p><i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i></p> <p><i>Современные финансовые технологии**;</i></p> <p><i>Основы финансового прогнозирования**;</i></p> <p><i>Цифровой банкинг**;</i></p> <p><i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i></p> <p><i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i></p> <p><i>Основы научных исследований**;</i></p> <p><i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i></p> <p><i>Международные экономические организации**;</i></p> <p><i>Мировые финансовые центры**;</i></p> |                                          |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|      |                          | <p><i>Теория и практика международного бизнеса**;</i></p> <p><i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i></p> <p><i>БРИКС в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Страны Большой семерки в мировой экономике**;</i></p> <p><i>ВЭД регионов РФ**;</i></p> <p><i>Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости**;</i></p> <p><i>Страны Латинской Америки и Карибского бассейна в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Страны Азии и Африки в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Свободные экономические зоны и офшоры**;</i></p> <p><i>Электронная коммерция в международном бизнесе**;</i></p> <p><i>Международные платежные системы и инструменты**;</i></p> <p><i>International payment settlements**;</i></p> <p>Мировые финансовые рынки;</p> <p>Региональная экономическая интеграция;</p> <p>Международные статистические базы данных;</p> <p>Международная торговля высокотехнологичной продукцией и трансферт технологий;</p> <p><i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i></p> <p><i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i></p> <p><i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i></p> <p><i>Цифровые технологии в управлении**;</i></p> <p><i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i></p> <p><i>Страховой бизнес**;</i></p> <p>Внешнеторговая политика;</p> <p>Основы таможенно-тарифного регулирования;</p> <p><i>Безопасность в цифровой среде**;</i></p> <p><i>Основы бизнес-аналитики**;</i></p> <p><i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i></p> <p>Управление человеческими</p> |                                          |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                   | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|      |                          | <p>ресурсами;<br/> <i>Продвинутый Excel**;</i><br/> <i>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i></p> |                                          |

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Инструменты международного маркетинга» 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) |
|-------------------------------------------|--------------|-----|-------------|
|                                           |              |     | 8           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 42           |     | 42          |
| Лекции (ЛК)                               | 14           |     | 14          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |     | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 28           |     | 28          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 46           |     | 46          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 20           |     | 20          |
| 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      | Введение в международный маркетинг          | 1.1                       | Основные понятия международного маркетинга и отличия от национального                                         | СЗ                  |
|               |                                             | 1.2                       | Факторы международной маркетинговой среды                                                                     | ЛК, СЗ              |
|               |                                             | 1.3                       | Культурные аспекты международного маркетинга: модели Хофстеде и Холла                                         | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Анализ зарубежных рынков                    | 2.1                       | Методы маркетинговых исследований в международном маркетинге: работа с данными и кросс-культурные особенности | ЛК, СЗ              |
|               |                                             | 2.2                       | Сегментация, позиционирование и конкурентный анализ                                                           | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Инструменты 4P в международном маркетинге   | 3.1                       | Продуктовая и ценовая стратегия                                                                               | ЛК                  |
|               |                                             | 3.2                       | Стратегия дистрибуции и коммуникации                                                                          | ЛК, СЗ              |
| Раздел 4      | Digital-маркетинг в международном контексте | 4.1                       | Глобальные digital-стратегии                                                                                  | ЛК, СЗ              |
|               |                                             | 4.2                       | Разработка международной маркетинговой стратегии                                                              | 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.                                                                       | Ноутбук Asus F6A, 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 Mkll, Телевизор Philip |
| 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. | Ноутбук Asus F6A, 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 Mkll, Телевизор Philip                                                                                                                                                                                  |
| 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. | Ноутбук Asus F6A, 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 Mkll, Телевизор Philip |

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Аакер Дэвид А., Йохимштайлер Эрик — Москва: М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003.

2. Шульц Д., Барнс Б. Стратегические бренд-коммуникационные кампании. — М.: Изд. Дом Гребенникова, 2004.

3. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020.

4. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс. — СПб.: Питер, 2022.  
Манн Игорь.

5. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827>

6. Международный маркетинг. Основы теории: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490971>

7. International Marketing Research/ / C. Samuel Craig, Susan P. Douglas. Wiley, Dec 21, 2009 - Business & Economics

8. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. - Питер, 2007. — 800 с.

### Дополнительная литература:

1. McKinsey Global Markets Annual Report

2. Statista Annual Industry & Market reports

3. Nielsen Global Markets Annual Report

### 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](http://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 «Инструменты международного маркетинга».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

ст. преподаватель

*Должность, БУП*

*Подпись*

Дятлова М.И.

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Андропова Инна  
Витальевна [М.И.](вн. совм.)  
Заведующ

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

*Должность, БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*