

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «Государственное и муниципальное управление,
внешнеэкономическая деятельность и менеджмент»



УТВЕРЖДАЮ:
Первый проректор

/Змызгова Т.Р. /

«31» 08 2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата **38.03.01– Экономика**

направленность
Цифровая экономика

Форма обучения: очная

Курган 2023

Рабочая программа дисциплины «Международный маркетинг» составлена в соответствии с учебными планами по программам бакалавриата Экономика (Цифровая экономика), утвержденными:
– для очной формы обучения 30 июня 2023 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Государственное и муниципальное управление, внешнеэкономическая деятельность и менеджмент» 30 августа 2023 года, протокол № 1.

Рабочую программу составила:
ст. преподаватель кафедры



Л.В. Лазарева

Согласовано:
Заведующий кафедрой
«Государственное и муниципальное
управление, внешнеэкономическая
деятельность и менеджмент»
профессор, д-р. экон. наук



О.Е. Васильева

Специалист
по учебно-методической работе
учебно-методического отдела



Г.В. Казанкова

Начальник Управления
образовательной деятельности



И.В. Григоренко

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: Зачетных единиц трудоемкости (108 академических часов)

Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
	у	7
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	32	32
в том числе:		
Лекции	16	16
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа, всего часов	76	76
в том числе:		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	58	58
Вид промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	108	108

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательной технологии Блок Б1.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении дисциплины «Маркетинг», «Мировая экономика и международные экономические отношения».

Результаты обучения по дисциплине «Международный маркетинг» являются составной частью формирования системы экономических знаний бакалавра.

Требования к входным знаниям, умениям, навыкам и компетенциям:

- знание направлений развития мировой экономики, форм и систем международных экономических отношений;
- умение разрабатывать программу маркетинга;
- владение навыками проведения маркетинговых исследований, сегментации рынка.
- освоение следующих компетенций на уровне не ниже порогового: способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10); способен участвовать в исследовании внешних рынков и осуществлять внешнеэкономическую деятельность экономических субъектов (ПК-11).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Целью освоения дисциплины «Международный маркетинг» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области международного маркетинга.

Задачи изучения дисциплины заключаются в следующем:

- формирование у студентов маркетингового мышления;
- усвоение знаний об особенностях международного маркетинга, его принципах и назначении;
- выявление специфики использования маркетингового инструментария на международных рынках.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и использовать для решения задач профессиональной деятельности (ПК-3);
- способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать бизнес-модели цифровой экономики (ПК-8);
- способен участвовать в исследовании внешних рынков и осуществлять внешнеэкономическую деятельность экономических субъектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- инструментарий международного маркетинга (ПК-3);
- методы анализа международных рынков (ПК-11);
- технологические тренды маркетинга (ПК-8);

уметь:

- проводить маркетинговые исследования при выходе на внешние рынки (ПК-11);
- разрабатывать стратегии выхода на международный рынок (ПК-8);
- применять комплекс маркетинга на международных рынках (ПК-3)

владеть:

- навыками решения задач международного маркетинга (ПК-3; ПК-8, ПК-11).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем		
			Лекции	Практич. занятия	Лабораторные работы
Рубеж 1	1	Общая характеристика международного маркетинга	2	—	—
	2	Особенности изучения и выбора международных рынков	4	6	—
	3	Стратегии выхода на международные рынки	2	—	—
		<i>Рубежный контроль №1</i>	—	2	—
Рубеж 2	5	Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках	8	6	—
		<i>Рубежный контроль № 2</i>	—	2	—
Всего:			16	16	-

4.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Общая характеристика международного маркетинга

Международный маркетинг как часть предметной области маркетинга. Сущность, цели и задачи международного маркетинга. Роль международного маркетинга в развитии бизнеса.

Тема 2. Особенности изучения и выбора международных рынков

Факторы внешней среды международного маркетинга. Важность изучения культурной и правовой среды, предпринимательского климата и инфраструктуры бизнеса при принятии решения о выходе на зарубежные рынки.

Цели и задачи международных маркетинговых исследований. Технология маркетинговых исследований при выходе на зарубежные рынки.

Особенности сегментации международного рынка. Оценка привлекательности зарубежного рынка.

Тема 3. Стратегии выхода на международные рынки

Стратегии проникновения на международный рынок. Формы организации международной деятельности предприятий. Стратегия инвестирования. Передача технологий на основе купли-продажи лицензий. Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными фирмами. Лизинг. Совместное предпринимательство в международном бизнесе.

Тема 4. Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках

Товар и товарная политика в международном маркетинге. Регистрация товарного знака. Конкуренентоспособность фирмы и товара на международных рынках.

Международная ценовая политика. Стратегии международного ценообразования. Механизм создания внешнеторговой цены. Цена поставки на внешние рынки сбыта.

Сбытовая политика на международных рынках. Каналы распределения, их функции и характеристики. Типы международных посредников.

Продвижение продукта на международных рынках. Значение коммуникаций в международном маркетинге. Использование интернета при решении инструментальных маркетинговых задач.

4.3. Практические занятия

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.
			ОФО
2	Особенности изучения и выбора международных рынков	Решение задач по теме	6
	<i>Рубежный контроль №1</i>		2
5	Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках	Решение задач по теме	6
	<i>Рубежный контроль №2</i>		2
Всего:			16

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, а не только записывать материал под диктовку. Преподавателем предполагается использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии, поэтому рекомендуется отмечать для себя интересные моменты с целью их обсуждения. Баллы за посещение лекции могут быть уменьшены до 0, если студент не выполняет запланированную на лекции работу.

Залогом качественного выполнения практических занятий является самостоятельная подготовка к ним накануне, путем повторения материала лекций и чтения учебной литературы. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологии разбора конкретных ситуаций на примере действующих реальных предприятий. Поэтому приветствуется самостоятельное

расширение кругозора студента в области экономической ситуации в стране и передового опыта других стран.

Для текущего контроля успеваемости преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает углубленное изучение разделов дисциплины, подготовку к практическим занятиям, к рубежным контролям, подготовку к зачету с оценкой.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час
	ОФО
Углубленное изучение тем дисциплины:	42
Общая характеристика международного маркетинга	6
Особенности изучения и выбора международных рынков	12
Стратегии выхода на международные рынки	12
Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках	12
Подготовка к практическим занятиям (по 2 часа на каждое занятие)	12
Подготовка к рубежным контролям (по 2 часа на каждый рубеж)	4
Подготовка к дифференцированному зачету	18
Всего:	76

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности обучающихся в КГУ.
2. Банк тестовых заданий к рубежным контролям №1 и 2.
3. Банк тестовых заданий к дифференцированному зачету.

6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование	Содержание					
Очная форма обучения							
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)	Распределение баллов					Зачет / дифференцированный зачет
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение практических занятий	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	
		Балльная оценка:	До 16	До 24	До 15	До 15	До 30
	Примечания:	8 лекций от 0 до 2 баллов 8*2=16	6 занятий от 0 до 4 баллов 6*4=24	На 4 практическом занятии 15	На 8 практическом занятии 15	30	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	61 балл и выше – зачтено, 60 и менее баллов – не зачтено.					
	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации по дисциплине за семестр обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контролей не менее 51 балла. В случае если обучающийся набрал менее 51 балла, то к аттестационным испытаниям он не допускается.</p> <p>Для получения зачета без проведения процедуры промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в ходе текущего и рубежных контролей не менее 61 балла. В этом случае итог балльной оценки, получаемой обучающимся, определяется по количеству баллов, набранных им в ходе текущего и рубежных контролей. При этом, на усмотрение преподавателя, балльная оценка обучающегося может быть повышена за счет получения дополнительных баллов за академическую активность.</p> <p>Обучающийся, имеющий право на получение оценки без проведения процедуры промежуточной аттестации, может повысить ее путем сдачи аттестационного испытания. В случае получения обучающимся на аттестационном испытании 0 баллов итог балльной оценки по дисциплине не снижается.</p> <p>За академическую активность в ходе освоения дисциплины, участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности обучающемуся могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30. Основанием для получения дополнительных баллов являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнение дополнительных заданий по дисциплине; дополнительные баллы начисляются преподавателем; - участие в течение семестра в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности КГУ. 					

4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 51 балла, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра.</p> <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>
---	---	--

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Для очной формы обучения рубежные контроли и зачет с оценкой проводятся в форме тестирования.

Перед проведением каждого рубежного контроля преподаватель прорабатывает с обучающимися основной материал соответствующих разделов дисциплины в форме краткой лекции-дискуссии.

Варианты тестовых заданий для рубежных контролей № 1 и № 2 состоят из 15 вопросов каждый. На выполнение рубежного контроля обучающемуся отводится не менее 30 минут. Результаты каждого обучающегося преподаватель заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Тест к зачету с оценкой состоит из 30 вопросов. Каждый вопрос оценивается в 1 балл. Количество баллов по результатам зачета с оценкой соответствует количеству правильных ответов обучающегося на вопросы теста. Время, отводимое обучающемуся на тест, составляет 30 минут.

Результаты текущего контроля успеваемости и зачета с оценкой заносятся преподавателем в зачетную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день проведения зачета с оценкой, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и дифференцированного зачета

Примерные задания рубежного контроля №1

Определите вид маркетинга. Экспортер глубоко исследует рынок и использует все инструменты маркетинга

- а) внутренний
- б) экспортный
- в) международный
- г) глобальный

Определите вид маркетинга. Экспортер систематически обрабатывает рынок, приспособливает товар, контролирует путь товара

- а) внутренний
- б) экспортный
- в) международный
- г) глобальный

При создании филиала фирмы за рубежом учитываются:

- а) экологические условия страны
- б) демографические характеристики населения
- в) социально-экономические условия страны
- г) стандарты внутренней документации фирмы

Примерные задания рубежного контроля №2

Бенчмаркинг предполагает анализ:

- а) отрасли
- б) сбытовой политики
- в) конкуренции
- г) кадровой политики

Прямой экспорт осуществляется через:

- а) торговых агентов
- б) отделы экспорта в рамках маркетинговых служб
- в) свои зарубежные сбытовые фирмы и филиалы
- г) организации-дистрибьюторы

Косвенный экспорт осуществляется через:

- д) международные торговые организации
- е) отделы экспорта в рамках маркетинговых служб
- ж) свои зарубежные сбытовые фирмы и филиалы
- з) организации-дистрибьюторы

Пример теста к зачету с оценкой

Последовательность этапов развития международного маркетинга:

- а) внутренний
- б) экспортный
- в) международный
- г) глобальный

Последовательность этапов международного жизненного цикла товара:

- а) фирма продает новый товар на внутреннем рынке страны А
- б) товар становится стандартным на рынке А
- в) экспорт товара в страну Б, товар становится новым
- г) экспорт товара в страну Б, товар становится стандартным
- д) производство в стране Б, вывоз товара в страну А и другие страны

Способы регистрации товарного знака:

- а) фактическое использование знака
- б) продажа товара в данной стране
- в) регистрация в патентном ведомстве
- г) регистрация знака на внутреннем рынке

6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

- 1 Карпова, С. В. Международный маркетинг : учебник / С. В. Карпова. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2021. - 296 с. - ISBN 978-5-394-04183-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232137>). - Режим доступа: по подписке.
- 2 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>. - Режим доступа: по подписке.
- 3 Международный маркетинг : учеб. пособие/ под общ. ред. проф. Н.А. Нагапетьянца. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 292 с. - ISBN 978-5-9558-0219-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/> - Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/> - Режим доступа: по подписке.
2. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник для бакалавров / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 180 с. - ISBN 978-5-394-03802-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091844>. - Режим доступа: по подписке.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1 Лазарева Л.В. Международный маркетинг. Методические указания к проведению практических занятий для студентов направления 38.03.01. Курган: КГУ, 2023 (электронный вариант).

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Консультант студента».
3. ЭБС «Znanium.com.».
4. «Гарант» – справочно-правовая система.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе

11. ДЛЯ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п.4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры, в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Международный маркетинг»

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
38.03.01 – Экономика
Направленности:
Цифровая экономика

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часов)

Семестр: **7** (ОФО)

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

Содержание дисциплины

Международный маркетинг как часть предметной области маркетинга. Сущность, цели и задачи международного маркетинга. Роль международного маркетинга в развитии бизнеса. Особенности изучения и выбора международных рынков. Стратегии выхода на международные рынки. Формы организации международной деятельности предприятий. Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках.