

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

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ:  
Первый проректор  
/Змызгова Т.Р. /  
«31» августа 2021 г.

Рабочая программа учебной дисциплины  
**МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата 38.03.01– Экономика

направленность  
**Финансы и кредит**  
**Бухгалтерский учет, анализ и аудит**  
**Цифровая экономика**

Форма обучения: очная,очно-заочная

Курган 2021

Рабочая программа дисциплины «Международный маркетинг» составлена в соответствии с учебными планами по программам бакалавриата Экономика (Финансы и кредит, Бухгалтерский учет, анализ и аудит, Цифровая экономика), утвержденными:

- для очной формы обучения 30.08.2021 года;
- для очно-заочной формы обучения 30.08.2021 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» 30 августа 2021 года, протокол № 1.

Рабочую программу составил  
старший преподаватель

Л.В. Лазарева

Согласовано:  
Заведующий кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»  
доцент, канд. экон. наук

З.Н. Варламова

Заведующий кафедрой  
«Финансы и экономическая  
безопасность»  
доцент, канд. экон. наук

Н.Я. Чепелюк

Заведующий кафедрой  
«Учет и внешнеэкономическая  
деятельность»  
доцент, канд. экон. наук

Н.Н. Зотова

Специалист  
по учебно-методической работе  
учебно-методического отдела

Г.В. Казанкова

Начальник Управления  
образовательной деятельности

С.Н. Синицын

## 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 3зачетных единиц трудоемкости (108академических часов)

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		7
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	16	16
Практические занятия	16	16
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>76</b>	<b>76</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	58	58
<b>Вид промежуточной аттестации(направленности Финансы и кредит, Бухгалтерский учет, анализ и аудит)</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Вид промежуточной аттестации (направленностьЦифровая экономика)</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	8	8
Практические занятия	16	16
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>84</b>	<b>84</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	66	66
<b>Вид промежуточной аттестации (направленности Финансы и кредит, Бухгалтерский учет, анализ и аудит)</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Вид промежуточной аттестации(направленность Цифровая экономика)</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## **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.

## **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	—
<b>Всего:</b>			<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>

#### Очно-заочная 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	1	—	—
	2	Особенности изучения и выбора международных рынков	2	6	
	3	Стратегии выхода на международные рынки	1	—	—
		<i>Рубежный контроль №1</i>	—	2	—
Рубеж 2	5	Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках	4	6	—
		<i>Рубежный контроль № 2</i>	—	2	—
<b>Всего:</b>			<b>8</b>	<b>16</b>	<b>-</b>

## 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. Конкурентоспособность 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	ОЗФО
2	Особенности изучения и выбора международных рынков	Решение задач по теме	6	6
	<i>Рубежный контроль №1</i>		2	2
5	Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках	Решение задач по теме	6	6
	<i>Рубежный контроль №2</i>		2	2
<b>Всего:</b>			<b>16</b>	<b>16</b>

## 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 по очной и очно-заочной формам обучения 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 (дифференцированному зачету).

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

## Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час	
	ОФО	ОЗФО
<b>Углубленное изучение тем дисциплины:</b>	<b>42</b>	<b>50</b>
Общая характеристика международного маркетинга	6	5
Особенности изучения и выбора международных рынков	12	15
Стратегии выхода на международные рынки	12	15
Специфика комплекса маркетинга при работе на международных рынках	12	15
<b>Подготовка к практическим занятиям (по 2 часа на каждое занятие)</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Подготовка к рубежным контролям (по 2 часа на каждый рубеж)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Подготовка к зачету (дифференцированному зачету)</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
<b>Всего:</b>	<b>76</b>	<b>84</b>

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 6.1. Перечень оценочных средств

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



## 6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы студентов по дисциплине

№	Наименование	Содержание					
<b>Очная форма обучения</b>							
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов 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	
	Примечания:	8 лекций от 0 до 2 баллов 8*2=16	6 занятий от 0 до 4 баллов 6*4=24	На 4 практ и-ческом занятии 15	На 8 практ и-ческом занятии 15	30	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	<p>91 – 100 баллов – отлично / зачтено, 74 – 90 баллов – хорошо / зачтено, 61 – 73 баллов – удовлетворительно / зачтено, 60 и менее баллов – неудовлетворительно / не зачтено.</p>					
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (зачету / дифференцированному зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить все практические занятия.</p> <p>Для получения за зачет оценки зачтено «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов 61.</p> <p>Для получения за дифференцированный зачет оценки «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов 68 (оценка удовлетворительно).</p> <p>По согласованию с преподавателем студенту, набравшему 68 баллов, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий и выставлен дифференцированный зачет «автоматически» (оценка хорошо или отлично).</p>					

4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету / дифференцированному зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных практических занятий.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнение и защита пропущенных практических занятий (преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного занятия самостоятельно) – до 8 баллов.</li> </ul> <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>
---	--	--

№	Наименование	Содержание				
<b>Очно-заочная форма обучения</b>						
1	<p>Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)</p>	Распределение баллов				
	Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение практических занятий	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Зачет / дифференцированный зачет
	Балльная оценка:	До 16	До 24	До 15	До 15	До 30
	Примечания:	4лекции от 0 до 4 баллов 4*4=16	6 занятий от 0 до 4 баллов 6*4=24	На 4практическом занятии 15	На 8 практическом занятии 15	30
2	<p>Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета</p>	<p>91 – 100 баллов – отлично / зачтено, 74 – 90 баллов – хорошо / зачтено, 61 – 73 баллов – удовлетворительно / зачтено, 60 и менее баллов – неудовлетворительно / не зачтено.</p>				
3	<p>Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов</p>	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (зачету / дифференцированному зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить все практические занятия.</p> <p>Для получения за зачет оценки зачтено «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов 61.</p> <p>Для получения за дифференцированный зачет оценки «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов 68 (оценка удовлетворительно).</p> <p>По согласованию с преподавателем студенту, набравшему 68 баллов, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий и выставлен дифференцированный зачет «автоматически» (оценка хорошо или отлично).</p>				

4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету / дифференцированному зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных практических занятий.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнение и защита пропущенных практических занятий (преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного занятия самостоятельно) – до 8 баллов.</li> </ul> <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 и очно-заочной форм обучения рубежные контроли и зачет / дифференцированный зачет проводятся в форме тестирования.

Перед проведением каждого рубежного контроля преподаватель прорабатывает со студентами 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 студенту отводится не менее 30 минут.

Результаты каждого студента преподаватель заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Тест к зачету / дифференцированному зачету состоит из 30 вопросов. Каждый вопрос оценивается в 1 балл. Количество баллов по результатам зачета / дифференцированного зачета соответствует количеству правильных ответов студента на вопросы теста. Время, отводимое студенту на тест, составляет 30 минут.

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

### 6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и зачета / 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 / дифференцированному зачету*

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/959992> (дата обращения: 29.01.2023). - Режим доступа: по подписке.

### **7.2. Дополнительная учебная литература**

- 4 Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/653](http://www.dx.doi.org/10.12737/653). - ISBN 978-5-16-010404-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069190>.
- 5 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/1149653> (дата обращения: 29.01.2023).

– Режим доступа: по подписке.

- 6 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°», 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. Маркетинг. Методические указания к проведению практических занятий для студентов направления 38.03.01. Курган: КГУ, 2021 (электронный вариант).

## **9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

При чтении лекций могут использоваться слайдовые презентации.

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Мультимедийное оборудование (переносной персональный компьютер, мультимедийный проектор, мультимедийный экран).

Раздаточный материал по темам занятий.

## **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:

**Финансы и кредит**

**Бухгалтерский учет, анализ и аудит**

**Цифровая экономика**

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часов)

Семестр: 4 (ОФО), 5 (ОЗФО).

Форма промежуточной аттестации:

- зачет (направленности Фик, БУАиА)
- зачет с оценкой (направленность ЦЭ)

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.