

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук  
Школа публичной политики и управления  
Кафедра международного менеджмента

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой международного  
менеджмента

Протокол от «1» апреля  
2016 г.

№ 2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ОД.10 Международный маркетинг в управлении проектом (International  
marketing for project management)**

*(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)*

38.04.02 Менеджмент

*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

**«Управление проектами. Международная англоязычная магистратура»**

*(направленность (профиль))*

Магистр

*(квалификация)*

Очная

*(форма обучения)*

Год набора – 2018 г.

Москва, 2017 г.

**Автор–составитель:** Старший преподаватель кафедры международного менеджмента Цатурян С.Б.

**Декан факультета**  
международных программ  
ИОН РАНХиГС

Перепелица М.А.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.10 Международный маркетинг в управлении проектом (International marketing for project management) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ПК-5.1	Знание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; моделей поведения экономических агентов и рынков; основных элементов процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей.	ПК-5.1	Обучающийся знает методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; модели поведения экономических агентов и рынков; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Объем дисциплины: 108/3 81/3

Контактная работа: 24/18

Лекции 4/3

Лабораторные работы

Практические занятия 20/15

Самостоятельная работа 48/36

## Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.В.ОД.10 Международный маркетинг в управлении проектом (International marketing for project management)

курс(ы), семестр(ы) или триместр(ы) ее освоения в соответствии с учебным планом:  
1 курс 1 семестр

дисциплина реализуется перед изучением:

Б1.В.ОД.1 Управление изменениями в компаниях (Change management in companies)

Б1.В.ДВ.6.1 Управление проектами в индустрии: лучшие индустрии (Project management in industries : best practices)

Б1.В.ДВ.6.2 Поведенческие финансы (Behavioural finance)

форма(ы) промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: Экзамен

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КС Р		
Тема 1	Международный маркетинг vs маркетинг		2/1,5		4/3		8/6	Д
Тема 2	Культура и международный маркетинг		2/1,5		4/3		10/7,5	Д
Тема 3	Международное управление производством				4/3		10/7,5	Д
Тема 4	Стандартизация и оптимизация				4/3		10/7,5	Д
Тема 5	Проблемы глобализации бренда				4/3		10/7,5	Д
Промежуточная аттестация								Экзамен
Всего:		108/3 81/3	4/3		20/15		48/ 36	36/27

\*Примечание – диспут (Д)

### Содержание дисциплины

#### Тема 1

Международный маркетинг vs маркетинг : ключи к достижению мирового успеха, глобализации

или мировая адаптация, оценка рисков

## **Тема 2**

Культура и международный маркетинг: международная маркетинговая среда, международная финансовая система,

## **Тема 3**

Международное управление производством: международная конвергенция моделей потребления, компоненты сервиса, товарная политика, отличительные признаки продукта, атрибуты сервиса

## **Тема 4**

Стандартизация и оптимизация: товары - новики и новые услуги на международном рынке

## **Тема 5**

Проблемы глобализации бренда: международное ценообразование и дистрибуция, глобальные маркетинговые коммуникации.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

##### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

При проведении занятий лекционного типа: диспут

при проведении занятий семинарского типа: диспут

##### **4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):** Экзамен в форме групповой презентации

### **4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

Вопросы для дискуссии:

Различать :

- внутренний маркетинг
- зарубежный маркетинг сравнительный маркетинг
- международный маркетинг
- транснациональный маркетинг
- глобальный маркетинг
- всемирный маркетинг

Различаются ли внутренний маркетинг и международный маркетинг только по масштабу, но не по характеру?

Объясните следующие критерии, используемые для идентификации понятия транснациональная кооперация:

размер  
внутренняя организация  
производительность  
деятельность

Различать:

- этноцентризм
- полицентризм
- геоцентризм

Каковы преимущества международного маркетинга?

#### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

##### **4.3.1. Формируемые компетенции**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ПК-5.1	Знание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; моделей поведения экономических агентов и рынков; основных элементов процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.

##### **4.3.2 Типовые оценочные средства**

Тема групповой презентации

Каждая группа учащихся должна подготовить презентацию в power point (ppt) на 15 минут на примере разбора концерна Луи Виттён Моёт Хённеси, охватывающую следующие пункты:

1. история создания ЛВМХ
2. КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ДЛЯ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛВМХ В АЗИИ
  - 2.1. мировые фактор
  - 2.1.1 Вид рынка
  - 2.2. Стратегия расширения корпорации ЛВМХ в Asia & способ выхода компании на рынок
3. Адаптация компании ЛВМХ к культурным особенностям Азии
 

Пять параметров модели Герта Хофстеде, определяющих характеристики национальных культур.

  - 3.1. Стратегии пан-азиатского филиала компании ЛВМХ
4. Рецензия МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ В АЗИИ
 

Комплекс маркетинга. Требуется критический обзор маркетинговой стратегии.

**Шкала оценивания.**

<b>Показатель оценивания</b>	<b>Критерий оценивания</b>
Обучающийся знает методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; модели поведения экономических агентов и рынков; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не имеет базовых знаний.</li> <li>2. Фрагментарные знания.</li> <li>3. Демонстрирует частичные знания.</li> <li>4. Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания.</li> <li>5. Сформированные систематические знания.</li> </ol>

<b>Баллы</b> (рейтинговой оценки), %	<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
100-81	5, «отлично»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</li> <li>- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</li> </ul>
80-61	4, «хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</li> <li>- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</li> </ul>



60-41	3, «удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</li> <li>- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</li> </ul>
40-0	2, «неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</li> <li>- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</li> </ul>
45-100	Зачет	- Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов, использует терминологию и словообразование и хорошо применяет теорию к решению задач.
0 - 44	Незачет	- Студент не подготовлен и не может показать достаточного знания материала курса.

#### 4.4. Методические материалы

Критерии оценки для презентации :

Содержание

Точность и оригинальность представленных фактов и доказательств (как устно, так и визуально)

Соответствие и убедительность представленного материала презентации относительно заданных тем

Использование соответствующего разнообразия и количества источников, точное определение источников

Логический ход презентации

Ясность и запоминаемость ключевых моментов

Связь между фактами и теорией, критическая оценка доказательств

Разграничение фактов и мнений, представление альтернативных точек зрения

Организация

Упорядоченность, четкое цитирование источников

Целеустремленность, четкое определение темы для обсуждения

Плавное течение хода презентации

Стиль

Вовлечение и убедительность (привлечение внимания аудитории)

Упрощение обсуждения (постановка вопросов аудитории)  
 Обратная связь  
 Непосредственность (рациональное использование заметок, чтение вслух)

Визуальный контакт со всей аудиторией, экспрессивность лица  
 Беглость (полные предложения, не прерываемые словами -паразитами (э-э, типа, ну, ладно?)  
 Жестикуляция, движение тела, не выражающие нервозности  
 Использование наглядных пособий (доска, компьютерная графика и т. д.)  
 Голосовое управление (темп , громкость, скорость, четкое произношение)

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Курс будет построен таким образом, что студентам будет оказано содействие в активном участии и будет включать обсуждение тематических кейсов и упражнения наряду с выполнением презентаций самими студентами , а также некоторыми организованными лекциями и презентациями.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Основная литература.**

1. International Marketing : Emerging Markets, edited by Shaoming Zou, and Huifen Fu, Emerald Group Publishing Limited, 2011. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=655554>.

### **6.2. Дополнительная литература.**

1. Cavusgil, Tamer. New Challenges to International Marketing, Emerald Group Publishing Limited, 2009. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=453243>.
2. Cherunilam, Francis. International Marketing : Text and Cases, Global Media, 2009. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=3011100>.

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**

### **6.4. Нормативные правовые документы.**

### **6.5. Интернет-ресурсы.**

### **6.6. Иные источники.**

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения лекционных и практических занятий необходимо следующее оборудование: доска, маркеры, компьютер и проектор.