

**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 «2» мая 2018 г.

№ 2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.02.01 Глобальный стратегический маркетинг (Global Strategic Marketing)**

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

38.04.02 Менеджмент

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

**«Лидерство и глобальная конкурентоспособность. Международная англоязычная**

**магистратура»**

*(направленность (профиль))*

Магистр

*(квалификация)*

Очная

*(форма обучения)*

Год набора – 2019 г.

Москва, 2018 г.

**Автор–составитель:**

Старший преподаватель кафедры Чумак С.А.

**Заведующий кафедрой**

международного менеджмента ИОН РАНХиГС

к.э.н. Абрамова Н.М.

## 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.ДВ.02.01 Глобальный стратегический маркетинг (Global Strategic Marketing) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-1	Способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач	УК ОС-1.2	Способность к синтезу.
ПК ОС-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПК ОС-12.2	Способность разрабатывать планы развития конкурентоспособности;

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК ОС-1.2	Обучающийся умеет использовать абстрактное мышление при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения.
Тактическое управление процессами организации производства.	ПК ОС-12.2	Обучающийся умеет разрабатывать стратегии развития конкурентоспособности.

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

### Объем дисциплины

Объем дисциплины: 144/4 108/4

Контактная работа: 28/21

Лекции 14/10,5

Лабораторные работы

Практические занятия 14/10,5

Самостоятельная работа 116/87

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.02.01 Глобальный стратегический маркетинг (Global Strategic Marketing)

курс(ы), семестр(ы) или триместр(ы) ее освоения в соответствии с учебным планом: 2 курс 3 семестр

дисциплина реализуется после изучения:

Б1.Б.05 Методы исследований в менеджменте (Analyzing International Digital Data)

Б1.Б.02 Современный менеджмент (Global Public Management)

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

### 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	Principles and concepts of global marketing		2/1,5		4/3		16/12	Д, К
Тема 2	Forces and trends affecting global business environment and target market selection		2/1,5		2/1,5		20/15	Д, К
Тема 3	Making a strategic decision to go global and choosing target markets		2/1,5		2/1,5		20/15	Д, К
Тема 4	Market Segmentation, Targeting and Positioning		2/1,5		2/1,5		20/15	Д, К
Тема 5	Global market entry strategies and alliances		2/1,5		2/1,5		20/15	Д, К
Тема 6	Developing the global marketing mix: Brand, Product, Pricing, Communication		4/3		2/1,5		20/15	Д, К
Промежуточная								Зачет

аттестация							
<b>Всего:</b>	<b>108/3 81/3</b>	<b>14/10, 5</b>		<b>14/10,5</b>		<b>116/ 81</b>	<b>4/3</b>

*\*Примечание –диспут (Д), кейс (К)*

### Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	Principles and concepts of global marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Value creation and stakeholders</li> <li>• Single-country vs. Global marketing decisions.</li> <li>• Management orientation and marketing moves</li> <li>• Sources of competitive advantage of nations and businesses</li> <li>• Digital revolution: platform economy and ecosystems</li> </ul>
Тема 2	Forces and trends affecting global business environment and target market selection	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economic, social, culture, political, legal, financial, technological</li> <li>• Product quality, development and transportation costs</li> </ul>
Тема 3	Making a strategic decision to go global and choosing target markets	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategy evolution and decision-making frameworks for going global</li> <li>• Scorecard for pre-selecting attractive markets</li> <li>• Estimating market potential and size of addressable market</li> </ul>
Тема 4	Market Segmentation, Targeting and Positioning	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foreign Market Segmentation, Selection, Targeting and Positioning</li> <li>• Choosing value proposition               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Price/value/brand mapping</li> <li>o Assessment of entry barriers</li> </ul> </li> </ul>
Тема 5	Global market entry strategies and alliances	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choosing the market expansion strategy</li> <li>• Deciding on market entry strategy</li> <li>• Key success factors for building and managing alliances</li> </ul>

№	Наименование темы	Содержание
Тема 6	Developing the global marketing mix: Brand, Product, Pricing, Communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Branding Objectives and Strategy</li> <li>• Product development strategies for global markets</li> <li>• Global Pricing Objectives and Strategies</li> <li>• Global Distribution Objectives and Strategies</li> <li>• Building global supply chains</li> <li>• Global Marketing Communication Objectives and Strategies</li> </ul>

#### **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, кейс

при проведении занятий семинарского типа: диспут, кейс

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

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

In class assignments (examples):

1. Assess external forces and company's strengths. Develop criteria for choosing attractive markets for a company planning international expansion.
2. Explain reasons for failure of a multinational company. What are the reasons for failure? Suggest a corrective action.
3. Suggest strategic options for a company entering developing markets. What should be its value proposition and elements of the marketing mix?

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

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
-----------------	--------------------------	--------------------------------	---

УК ОС-1	Способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач	УК ОС-1.2	Способность к синтезу.
ПК ОС-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПК ОС-12.2	Способность разрабатывать планы развития конкурентоспособности;

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Exam Team assignment:

1. Develop a market entry and marketing mix strategy for a company expanding into new markets. Prepare a final ppt presentation.

**Шкала оценивания.**

Показатель оценивания	Критерий оценивания
Обучающийся умеет использовать абстрактное мышление при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не умеет</li> <li>2. В целом успешно, но не систематически осуществляемые умения</li> <li>3. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения</li> <li>4. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения</li> <li>5. Сформированное умение</li> </ol>
Обучающийся умеет разрабатывать стратегии развития конкурентоспособности.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не умеет</li> <li>2. В целом успешно, но не систематически осуществляемые умения</li> <li>3. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения</li> <li>4. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения</li> <li>5. Сформированное умение</li> </ol>

Баллы (рейтинговой)	Оценка	Требования к знаниям
------------------------	--------	----------------------



оценки), %		
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов,</li> </ul>

		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

Final grade will be determined on the basis of your performance in the following categories:

Class Attendance	20%
Frequency and Quality of Participation	30%
Exam Case	50%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

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

Teaching approach will include assigned readings, lectures, discussions of homework and cases and exam project. Students are expected to read assigned chapters and cases in advance and be ready to discuss the homework problems at the period that they are assigned.

#### 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. Warren J. Keegan and Mark C. Green, Global Marketing (9th Edition), Pearson, 2016
2. Global Marketing (9th Edition) by Warren J. Keegan and Mark C. Green, 2016
3. Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding by Jan-Benedict Steenkamp, 1st ed. 2017 Edition

##### 6.2. Дополнительная литература

1. Jan-Benedict Steenkamp, Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding, Palgrave, 2017

##### 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.