

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

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры _____

Протокол от « ____ » _____ 201_ г.

№ _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.1.1 Кросскультурный маркетинг

по направлению подготовки

38.04.06 – Торговое дело

Направленность (профиль) "Внешнеторговая деятельность компаний"

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора – 2018

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

Заведующий Кафедрой маркетинга и торгового дела,
к.э.н, доцент

Л.С.Латышова

Заведующий Кафедрой маркетинга и торгового дела,
к.э.н, доцент

Л.С.Латышова

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы..... | 4 |
| 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО | 5 |
| 3. Содержание и структура дисциплины (модуля) | 5 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) Ошибка! Закладка не определена. | |
| 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) | 11 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)..... | 13 |
| 6.1. Основная литература. | 13 |
| 6.2. Дополнительная литература..... | 13 |
| 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. | 13 |
| 6.4. Нормативные правовые документы. | 13 |
| 6.5. Интернет-ресурсы. | 13 |
| 6.6. Иные источники. | 13 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы | 13 |

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 Кросскультурный маркетинг обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2 | готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) | ПК-2.2 | Овладение технологиями профессиональной деятельности в области кросскультурного маркетинга |

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

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Профессиональный стандарт «Эксперт в сфере закупок» В Экспертиза в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд С Организация работ по экспертизе и консультированию в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд | ПК-2.2 | на уровне знаний: общемировых процессов перехода к экономике знаний и возможностей применения элементов кросскультурного маркетинга, |
| | | на уровне умений: использовать основы кросскультурного маркетинга, рассчитывать эффективность проводимых мероприятий |
| | | на уровне навыков: применения инновационных технологий, способностью обучаться в течение всей жизни, самостоятельно овладевать знанием, использовать технологии кросскультурного маркетинга; |

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Кросскультурный маркетинг» осваивается в 3 семестре по очной форме, общая трудоемкость – 3 зачетные единицы.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Кросскультурный маркетинг» реализуется после изучения дисциплины Б1.В.ОД.4 «Международный маркетинг», а также на необходимый объем теоретических знаний в области маркетинга, на приобретенные ранее умения и навыки выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах, критически оценивать любую поступающую информацию, вне зависимости от источника, избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач.

Промежуточная аттестация в форме письменного экзамена

Объем дисциплины

| | | Объем дисциплины | | |
|--------------------------------------------------------------|-------|------------------|---------|---|
| | | | Семестр | |
| Вид учебных занятий и самостоятельная работа | | Всего | 3 | 4 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе: | | 32 | 32 | |
| лекционного типа (Л) | | 4 | 4 | |
| лабораторные работы (практикумы) (ЛР) | | | | |
| практического (семинарского) типа (ПЗ) | | 28 | 28 | |
| Самостоятельная работа обучающихся (СР) | | 40 | 40 | |
| Промежуточная аттестация | форма | Экзамен | | |
| | час. | 36 | 36 | |
| Общая трудоемкость (час. / з.е.) | | 108/3 | 108/3 | |

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточн ой аттестации |
|--------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----------------------------------------------------------------------------------|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | СР | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | |
| Тема 1 | Глобализация и роль национальной культуры | 19 | 1 | | 8 | 10 | |
| Тема 2 | Международная маркетинговая среда | 19 | 1 | | 8 | 10 | Опрос |
| Тема 3 | Кросскультурные маркетинговые решения | 19 | 1 | | 8 | 10 | Эссе |
| Тема 4 | Кросскультурные коммуникации | 15 | 1 | | 4 | 10 | Кейсы |
| Промежуточная аттестация | | 36 | | | | | |

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточно й аттестации |
|----------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | СР | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | | |
| | | | | | | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | |
| экзамен | | | | | | | |
| Всего: | | 108 | 4 | | 28 | 40 | |

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1. Глобализация и роль национальной культуры

Глобализация экономики и интернационализация предпринимательства. Основные понятия и элементы культуры. Поведение потребителей: кросскультурный аспект.

Тема 2. Международная маркетинговая среда

Глобализация и маркетинговая среда. Маркетинговые исследования в кросс-культурной среде. Источники вторичной маркетинговой информации в международных исследованиях.

Тема 3. Кросскультурные маркетинговые решения

Решения о товаре: кросскультурный аспект. Решения о цене: кросскультурный аспект. Решения о канале распределения: кросскультурный аспект.

Тема 4. Кросскультурные коммуникации

Вербальные коммуникации. Невербальные коммуникации. Кросскультурная реклама

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.1.1 «Кросскультурный маркетинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема (раздел) | Методы текущего контроля успеваемости |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------|
| Тема 2. Международная маркетинговая среда | Опрос |
| Тема 3. Кросскультурные маркетинговые решения | Эссе |
| Тема 4. Кросскультурные коммуникации | Кейсы |

4.1.2. Экзамен проводится с применением письменного экзамена.

4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме 2

Вопросы (опрос)

1. Основные тенденции развития процесса глобализации. Научные основы глобализации. Три аспекта глобализации.
2. Среда международного маркетинга. Место национальной культуры в маркетинговой среде организации.
3. Виды и критерии выбора стратегий в международном маркетинге. Стратегия в контексте разных социокультурных сечений маркетинговой среды.

Типовые оценочные материалы по теме 3

Темы эссе по дисциплине

1. Сущность глобализация экономики и интернационализация предпринимательства.
2. Три аспекта глобализации.
3. Глобализация как интернационализация и интенсификация различных международных обменов.
4. Глобализация как универсализация, беспрепятственное распространение продуктов, опыта и знаний по всему миру.
5. Теория «макдоналдизации общества».

Типовые оценочные материалы по теме 4

Кейс

Ликер «Irish Cream O'Darby»

Irish Cream – типичный ирландский ликер, который готовят из смеси виски и сливок с добавлением шоколада. Этот напиток очень популярен в Ирландии. Он завоевал рынок США в конце 1960-х – начале 1970-х годов, причем успех за рубежом был таким, что теперь зарубежные продажи составляют существенную часть всего сбыта компании. Наиболее известной маркой ликера Irish Cream является Bailey's. У него наибольшая доля рынка, и он уже стал именем нарицательным. Когда потребители говорят о ликере, они говорят, что любят и пьют Bailey's, а не Irish Cream. Марка ликера O'Darby – конкурент Bailey's, она борется за второе место с маркой Carolan's, за которой следуют , Royal Tara, Waterford Cream и Emmets.

Производство и штаб-квартира компании O'Darby находится в г. Корк в южной части Ирландии. В 1980-е ее купила крупная многонациональная компания Bacardi. Через несколько месяцев после поглощения, Bacardi провела маркетинговое исследование восприятия потребителями самого продукта и марки O'Darby. Исследование установило, что потребителям не нравилась темно-зеленая бутылка ликера. Была разработана новая упаковка и этикетка, на которой основным цветом был коричневый. В начале 1991 г. директор по маркетингу нанял нового молодого сотрудника Питера Финча и поставил ему задачу продвижения продукта на французском рынке. Выпускник программы международного бизнеса П.Финч сразу отправился во Францию, чтобы изучить рынок. Эксклюзивные права дистрибуции ликера во Франции принадлежали

Benedictine Group, который в свою очередь продавал товар торговым агентам. O'Darby - не первый производитель Irish Cream, который пытается завоевать французский рынок. В 1982 и 1983 г. Bailey's потратила много денег на рекламу ликера во Франции, но результаты были печальными: прибыли не покрывали маркетинговых затрат. Bailey's сохранили продажи в Париже и на севере Франции – в Бретани и Нормандии, но уже на тратились на дорогостоящие маркетинговые программы. На юге продукт провалился, агенты объясняли это слишком высокой ценой.

Вопросы:

1. Разработайте маркетинговый план вывода ликера O'Darby на французский рынок.
2. На что нужно обратить внимание при выборе и назначении бренд менеджера этого продукта, основной задачей которого будет развитие экспортного потенциала марки?

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-2 | готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) | ПК-2.2 | Овладение технологиями профессиональной деятельности в области кросскультурного маркетинга |

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену по дисциплине

При ответе студент опирается на полученные в ходе обучения знания и дает собственную оценку

1. Перечислить цели и задачи управления персоналом на международном уровне.
2. Выделить две группы целей системы управления персоналом: цели работника и цели администрации организации, раскрыть их сходство и различие, определить степень их противоречивости.
3. Показать место и значение системы управления персоналом в обеспечении главных целей организации с использованием кросскультурного маркетинга.

4. Выделить основные виды деятельности (этапы) по управлению персоналом на международном уровне.
5. Среда международного маркетинга. Место национальной культуры в маркетинговой среде организации.
6. Виды и критерии выбора стратегий в международном маркетинге. Стратегия в контексте разных социокультурных сечений маркетинговой среды.
7. . Кросскультурные маркетинговые решения
8. Решения о товаре: кросскультурный аспект.
9. Решения о цене: кросскультурный аспект.
10. Решения о канале распределения: кросскультурный аспект.
11. Кросскультурные коммуникации
12. Вербальные коммуникации. Невербальные коммуникации.
13. Кросскультурная реклама

Шкала оценивания.

| Баллы (рейтинговой оценки) | Оценка | Требования к знаниям |
|----------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 100-85 | 5, «отлично» | <p>Оценивается полный отчет о поиске инновационных технологий; анализ отобранных инновационных технологий с учетом норм и принципов ВТО на базе маркетинговых коммуникаций;</p> <p>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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p> |
| 84-70 | 4, «хорошо» | <p>– 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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p> |

| | | |
|--------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 69-50 | 3, <i>«удовлетворительно»</i> | <p>– 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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p> |
| менее 50 баллов | 2, <i>«неудовлетворительно»</i> | <p>– 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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p> |

4.4. Методические материалы

Критерии оценки эссе:

«Отлично»:

1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя

2) в основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис

3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

«Хорошо»:

1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя

2) в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис

3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

«Удовлетворительно»:

1) во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе

2) в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно

3) заключение выводы не полностью соответствуют содержанию основной части

«Неудовлетворительно»:

1) во введении тезис отсутствует или не соответствует теме эссе

2) в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы

3) выводы не вытекают из основной части

Текст эссе оценивается: 0 – 3 баллов.

3 балла – оценка «отлично»

2 балла – оценка «хорошо»

1 балл – оценка «удовлетворительно»
0 баллов – оценка «неудовлетворительно»
Максимальный балл – 3.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь.

Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

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

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Основные факторы развития процессов глобализации.
2. Научные основы постиндустриальной экономики.

3. Внешняя среда маркетинга.
4. Место национальной культуры в маркетинговой среде организации.
5. Регионализм и глобализация, влияние на кросскультурный маркетинг.

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. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с. <http://www.iprbookshop.ru/4983>
2. Лашко С.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лашко С.И., Буркот Е.С.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.— 248 с. <http://www.iprbookshop.ru/10291>
3. Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Тультаев Т.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 318 с. <http://www.iprbookshop.ru/10764>

6.2. Дополнительная литература.

1. Тромпенаарс Ф. И Ч. Хампден-Тернер. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса, Попурри, Минск, 2011
2. Trompenaars F. and P.Wolliams. Marketing across cultures, Capstone Publishing, 2014
3. New culture programme (2007-2013), www.europa.eu/comm/culture

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Генкин Б.М. Управление человеческими ресурсами: Учебник / Б.М. Генкин, И.А. Никитина. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013.
2. Зайцева Т.В. Управление персоналом: Учебник / Т.В. Зайцева, А.Т. Зуб. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.yandex.ru / - Поисковая система
2. www.businesslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
3. www.test.specialist.ru / - Центр компьютерного обучения МГТУ им. Н. Э. Баумана
4. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
5. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
6. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека

6.6. Иные источники.

Не используются.

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

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования

(выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary -

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics - Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»