

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

---

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры зарубежного  
регионоведения и международного  
сотрудничества

Протокол от 26.06.2018 г. № 10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.02 Модуль «Организация международного сотрудничества»**

Б1.В.02.ДВ.06.12 Глобальные потребительские рынки и поведение покупателей (Global  
consumer markets and consumer behavior)

---

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

Глоб.потр. рынки (Glob.cons.mark.and cons.behav.)

---

*(краткое наименование дисциплины)*

41.04.01 Зарубежное регионоведение

---

*(код, наименование направления подготовки)*

Зарубежное регионоведение и международное сотрудничество

---

*(направленность (профиль))*

магистр

---

*(квалификация)*

очная

---

*(форма обучения)*

Год набора – 2019

Москва, 2018 г.

**Автор—составитель:**

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества,  
доктор социологических наук Комлева В.В.

**Заведующий кафедрой**

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества,  
доктор социологических наук Комлева В.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	19
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	21
6.1. Основная литература.....	21
6.2. Дополнительная литература.....	21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	22
6.4. Нормативные правовые документы.....	22
6.6. Иные источники.....	24
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	24

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

## **1.1 Дисциплина Б1.В.02.ДВ.06.12 Глобальные потребительские рынки и поведение покупателей (Global consumer markets and consumer behavior) овладение следующими компетенциями с учетом этапа:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-2	Способен анализировать региональные экономические, демографические и иные социальные процессы	ДПК-2.2	Способность сопоставлять исторические, политические, социальные, экономические, демографические, цивилизационные закономерности, факторы, тенденции развития зарубежных регионов с основными этапами эволюции глобальной системы международных отношений и ее региональных подсистем.

## **1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:**

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
разрабатывать учебно-методические материалы для образовательных программ, переводить зарубежные источники и готовить материалы для сопровождения учебного процесса, проводить научную экспертизу зарубежных и российских исследований, аналитических материалов, рейтингов и разработок, определение сферы применения результатов научных исследований и разработок	ДПК-2.2	на уровне знаний: демонстрирует знание исторических, политических, социальных, экономических, демографических, цивилизационных закономерностей, факторов, тенденций развития зарубежных регионов
		на уровне умений: ориентируется в исторических, политических, социальных, экономических, демографических, цивилизационных закономерностях, факторов, тенденций развития зарубежных регионов
		на уровне навыков: дает оценку взаимосвязи исторических, политических, социальных, экономических, демографических, цивилизационных закономерностей, факторов, тенденций развития зарубежных регионов с основными этапами эволюции глобальной системы международных отношений и ее региональных подсистем

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

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.02.ДВ.06.12 Глобальные потребительские рынки и поведение покупателей (Global consumer markets and consumer behavior) составляет составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 32 часов: лекции – 12 часов, практические занятия – 20 часов. Самостоятельная работа составляет 40 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.02.ДВ.06.12 Глобальные потребительские рынки и поведение покупателей (Global consumer markets and consumer behavior) предусмотрена на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина Б1.В.02.ДВ.06.12 Глобальные потребительские рынки и поведение покупателей (Global consumer markets and consumer behavior) входит в дисциплины по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане опирается на Б1.В.01.01 Геоэкономика (1 семестр), ФТД.01 Этно-религиозные традиции в политико-правовой культуре общества (1 семестр).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для Б2.В.01(Пд) Научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы) (4 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов,	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР		
			Л	ЛР	ПЗ			КСР
Тема 1	Потребители, их поведение и маркетинг. Семья и домохозяйство. Consumers, their behavior, and marketing. The family and the household.	18	4		6		8	О
Тема 2	Социальная стратификация общества и природа социального класса. Social stratification of society and the nature of the social class.	18	4		6		8	О
Тема 3	Ситуационное влияние на принятие решений потребителями. Внутренние факторы поведения потребителей. Situational influence on consumer decision-making. Internal factors of consumer behavior.	18	2		4		12	О
Тема 4	Процесс принятия решения о покупке. Консьюмеризм. The process of making a purchase decision.	18	2		4		12	О, Р

	Consumerism.							
Промежуточная аттестация								ЗаО
<b>Всего:</b>	72	12			20		40	

*Примечание:*

*\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).*

*\*\*\* - формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).*

## Содержание дисциплины

### **Тема 1. Потребители, их поведение и маркетинг. Семья и домохозяйство. Consumers, their behavior, and marketing. The family and the household.**

Определение поведения потребителей. Отличие потребительского поведения от поведения покупателей. Изучение поведения потребителей: междисциплинарное влияние. Микроуровень изучения поведения потребителей: микроэкономика, маркетинг, психология личности. Макроуровень: социология, социальная психология, культурология. Методы изучения потребителей. Стратегия маркетинга и поведение потребителей. Индивидуализированный маркетинг. Акцент на удовлетворение и сохранение лояльности постоянного покупателя. Влияние семьи и домохозяйства на поведение потребителей. Семья как объект изучения в поведении потребителей. Значение семьи в поведении потребителей. Семья и домашнее хозяйство. Семейный жизненный цикл и его этапы. Отношение между жизненным циклом семьи и поведением потребителя. Изменения в структуре семьи и домашнего хозяйства. Изменение роли женщины. Изменение роли мужчины. Социализация и влияние детей. Домохозяйство и семья как основные единицы потребления разнообразных товаров и услуг. Основные характеристики домохозяйства, их учет в маркетинговой деятельности. Жизненный цикл домохозяйства. Распределение ролей среди членов домохозяйства в процессе принятия решения о покупке.

Determining consumer behavior. The difference between consumer behavior and buyer behavior. Studying consumer behavior: an interdisciplinary influence. Micro-level study of consumer behavior: microeconomics, marketing, personality psychology. Macro level: sociology, social psychology, cultural studies. Methods for studying consumers. Marketing strategy and consumer behavior. Individualized marketing. Focus on satisfying and maintaining the loyalty of a regular customer. The influence of families and households on consumer behavior. The family as an object of study in consumer behavior. The importance of family in consumer behavior. Family and household. Family life cycle and its stages. The relationship between the family life cycle and consumer behavior. Changes in the structure of the family and household. Changing the role of women. Changing the role of men. Socialization and influence of children. Household and family as the main units of consumption of various goods and services. The main characteristics of the household, their accounting in marketing activities. The life cycle of a household. The distribution of roles among household members in the decision-making process about the purchase.

### **Тема 2. Социальная стратификация общества и природа социального класса. Social stratification of society and the nature of the social class.**

Социальные классы и статус человека Социальное положение и маркетинг. Взаимосвязь социального положения и поведения. Социальная мобильность: вертикальная и горизонтальная. Факторы, составляющие социальный класс. Социальное неравенство и детерминанты социального класса. Социологический статус личности как основа социального положения человека. Кристаллизация статуса. Измерение социального статуса. Однофакторные и многофакторные модели измерения социального статуса. Детерминанты социального класса и социального статуса потребителя. Особенности процесса социальной стратификации в России. Роль социальных классов в рыночном

сегментировании. Социальный класс и доход, связанный с образом жизни. Социальный класс и доход, связанный с образом поведения потребителя.

Social classes and the status of a person Social status, and marketing. The relationship between social status and behavior. Social mobility: vertical and horizontal. Factors that make up a social class. Social inequality and determinants of social class. Sociological status of the individual as the basis of the social status of a person. The crystallization status. The measurement of social status. Single-factor and multi-factor models for measuring social status. Determinants of social class and social status of the consumer. Features of the process of social stratification in Russia. The role of social classes in market segmentation. Social class and income related to lifestyle. Social class and income related to consumer behavior.

### **Тема 3. Ситуационное влияние на принятие решений потребителями. Внутренние факторы поведения потребителей. Situational influence on consumer decision-making. Internal factors of consumer behavior.**

Ситуационные факторы. Характеристика типов ситуаций: коммуникационные ситуации, ситуации покупки и ее использования. Коммуникационная ситуация как уровень информированности потребителя о покупке через личные и неличные коммуникации. Ситуация покупки: информационная среда, среда розничного магазина, временные аспекты покупки. Ситуация использования покупки. Матрица анализа ситуационного влияния на принятие потребителем решения о покупке. Процессы восприятия и переработки информации: восприятие, ощущения, мышление, внимание, память. Процесс получения, интерпретации, сохранения в памяти и воспроизведение раздражителя. Хранение информации. Сенсорная память, краткосрочная, долгосрочная память. Методы усиления запоминания. Подкрепление при потреблении продукта. Знание и отношение потребителей к товару в процессе формирования покупательского поведения.

Situational factors. Characteristics of the types of situations: communication situations, purchase situations and its use. Communication situation as the level of consumer awareness about the purchase through personal and non-personal communications. Purchase situation: information environment, retail store environment, time aspects of the purchase. The situation of use. Matrix for analyzing the situational impact on the consumer's purchase decision. Processes of perception and processing of information: perception, sensations, thinking, attention, memory. The process of receiving, interpreting, storing in memory, and reproducing the stimulus. Information storage. Sensory memory, short-term, long-term memory. Methods for enhancing memory. Reinforcement when consuming the product. Knowledge and attitude of consumers to the product in the process of forming consumer behavior.

### **Тема 4. Процесс принятия решения о покупке. Консьюмеризм. The process of making a purchase decision. Consumerism.**

Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса потребительского решения. Типы процессов решений о покупке по двум критериям: степень сложности проблемы и уровень вовлеченности в процессе покупки. Характеристика трех типов решений о покупке: привычное решение, ограниченное решение, расширенное решение. Осознание необходимости покупки. Взаимосвязь осознания потребности в процессе принятия потребительского решения о покупке с задачами маркетинговой деятельности. Информационный поиск. Характеристика стадии информационного поиска товара. Внутренний и внешний поиск, типы, источники информации. Оценка и выбор альтернатив. Характеристика процесса оценки и выбор покупки. Оценочные критерии, используемые для выбора покупки.

Понятие консьюмеризма как общественного движения, направленного на обеспечение прав потребителей. Моральная ответственность перед потребителями, этические аспекты

реакции продавцов на интересы потребителей. Корпоративная и личная этика. Взгляды на этику: утилитаризм, справедливость и честность, теория личных прав.

Characteristics of the consumer's purchasing decision-making process. The essence and options of consumer choice. Stages of the consumer decision process. Types of purchasing decision processes based on two criteria: the degree of complexity of the problem and the level of involvement in the purchasing process. Characteristics of three types of purchasing decisions: a familiar solution, a limited solution, and an extended solution. Awareness of the need to buy. The relationship of awareness of the need in the process of making a consumer decision about a purchase with the tasks of marketing activities. Information retrieval. Characteristics of the product information search stage. Internal and external search, types, and sources of information. Evaluating and selecting alternatives. Characteristics of the evaluation process and purchase selection. Evaluation criteria used to select a purchase.

The concept of consumerism as a social movement aimed at ensuring consumer rights. Moral responsibility to consumers, ethical aspects of sellers' reaction to consumer interests. Corporate and personal ethics. Views on ethics: utilitarianism, justice and honesty, theory of personal rights.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.02.ДВ.06.12 Глобальные потребительские рынки и поведение покупателей (Global consumer markets and consumer behavior) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Потребители, их поведение и маркетинг. Семья и домохозяйство. Consumers, their behavior, and marketing. The family and the household.	опрос
Тема 2	Социальная стратификация общества и природа социального класса. Social stratification of society and the nature of the social class.	опрос
Тема 3	Ситуационное влияние на принятие решений потребителями. Внутренние факторы поведения потребителей. Situational influence on consumer decision-making. Internal factors of consumer behavior.	опрос
Тема 4	Процесс принятия решения о покупке. Консюмеризм. The process of making a purchase decision. Consumerism.	Опрос, защита реферата

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и заданиям.

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:



- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами,
- участие в обсуждении докладов,
- защита реферата.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защиты реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

*Вопросы темы для подготовки к опросам (дискуссиям) на семинарах (практических занятиях):*

**Тема 1. Потребители, их поведение и маркетинг. Семья и домохозяйство. Consumers, their behavior, and marketing. The family and the household.**

1. Классификация ролей по принятию домохозяйством решения о покупке.
2. Домохозяйство как основная среда формирования будущего потребителя в процессе потребительской социализации. Семейное принятие решений.
3. Роли членов семьи при совершении покупок.
4. Потребительская социализация как процесс усвоения потребителем социального опыта.

1. Classification of roles for household purchasing decisions.
2. Household as the main environment for the formation of the future consumer in the process of consumer socialization. Family decision-making.
3. Roles of family members when making purchases.
4. Consumer socialization as a process of assimilation of social experience by the consumer.

**Тема 2. Социальная стратификация общества и природа социального класса. Social stratification of society and the nature of the social class.**

1. Социальный класс и поведение потребителя.
2. Модель откликов на продвижение.
3. Ценовая связь поведения. Социально-классовый стиль жизни.
4. Социальная стратификация общества и маркетинговая стратегия.

1. Social class and consumer behavior.
2. The model responses to the promotion.
3. Price relationship of behavior. Socio-class lifestyle.
4. Social stratification of society and marketing strategy.

**Тема 3. Ситуационное влияние на принятие решений потребителями. Внутренние факторы поведения потребителей. Situational influence on consumer decision-making. Internal factors of consumer behavior.**

1. Уровень информированности потребителей о товаре.
2. Методы измерения информированности потребителей о товаре.
3. Характеристика социологического метода, метода семантического дифференциала, метода сравнительной оценки восприятия потребителем различия марок товара.
4. Характеристики пост-обслуживания.

1. The level of consumer awareness about the product.
2. Methods for measuring consumer awareness of the product.
3. Characteristics of the sociological method, the method of semantic differential, the method of comparative assessment of consumer perception of differences in product brands.

#### 4. Characteristics post-maintenance.

### **Тема 4. Процесс принятия решения о покупке. Консьюмеризм. The process of making a purchase decision. Consumerism.**

1. Выявление и измерение проблем потребителей, реакция маркетолога на осознание потребителем своих проблем, оказание помощи в активизации осознания потребителем своей потребности.
2. Этика и реалии бизнеса.
3. Понимание прав потребителей: право на безопасность, на информацию, на выбор, право быть услышанным, на чистую и здоровую окружающую среду.
4. Определение моделей потребительского выбора.

1. Identification and measurement of consumer problems, the marketer's response to the consumer's awareness of their problems, and assistance in activating the consumer's awareness of their needs.
2. Ethics and business realities.
3. Understanding consumer rights: the right to safety, to information, to choice, to be heard, to a clean and healthy environment.
4. The definition of models of consumer choice.

#### *Примерные темы для написания рефератов*

1. Классификация типов потребителей.
2. Соционические типы личности потребителей и их поведение на рынке.
3. Влияние системы ценностей на поведение потребителей.
4. «Стиль жизни» и его влияние на поведение потребителей.
5. Использование законов Вебера и Фигнера в маркетинговой деятельности.
6. Характеристика подпороговых стимулов и их значение в маркетинговой деятельности.
7. Восприятие, его механизм и воздействие на поведение потребителей.
8. Роль внимания в разработке маркетинговой стратегии.
9. Влияние памяти на поведение потребителей.
10. Соотношение понятий «потребность», «мотив», «мотивация».

#### *Sample topics for writing essays*

1. Classification of consumer types.
2. Socionic personality types of consumers and their behavior in the market.
3. Influence of the value system on consumer behavior.
4. "Lifestyle" and its impact on consumer behavior.
5. Using the laws of Weber and Figner in marketing activities.
6. Characteristics of sub-threshold incentives and their significance in marketing activities.
7. Perception, its mechanism and impact on consumer behavior.
8. The role of attention in developing a marketing strategy.
9. The influence of memory on consumer behaviour.
10. Correlation of the concepts "need", "motive", "motivation".

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

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

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

ДПК-2	Способен анализировать региональные экономические, демографические и иные социальные процессы	ДПК-2.2	Способность сопоставлять исторические, политические, социальные, экономические, демографические, цивилизационные закономерности, факторы, тенденции развития зарубежных регионов с основными этапами эволюции глобальной системы международных отношений и ее региональных подсистем.
-------	---	---------	---

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ДПК-2.2 Способность сопоставлять исторические, политические, социальные, экономические, демографические, цивилизационные закономерности, факторы, тенденции развития зарубежных регионов с основными этапами эволюции глобальной системы международных отношений и ее региональных подсистем	Оценивает взаимосвязь исторических, политических, социальных, экономических, демографических, цивилизационных закономерностей, факторов, тенденций развития зарубежных регионов с основными этапами эволюции глобальной системы международных отношений и ее региональных подсистем	Дает оценку взаимосвязи исторических, политических, социальных, экономических, демографических, цивилизационных факторов, тенденций развития зарубежных регионов с основными этапами эволюции глобальной системы международных отношений и ее региональных подсистем

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

##### Вопросы к зачету с оценкой

1. Типы потребностей и классификация потребностей потребителя.
2. Мотивационные теории маркетинговые стратегии.
3. Манипуляции потребительским поведением.
4. Эмоции. Виды эмоций. Роль эмоций в восприятии рекламы.
5. Концепция жизненного стиля и способы его измерения.
6. Отношение и характеристика его основных компонентов.
7. Типы ситуаций и их характеристика. Характеристика факторов ситуационного влияния на поведение потребителей.
8. Культура. Ее влияние на поведение потребителей. Культурные ценности и потребительское поведение.
9. Влияние семьи и домашнего хозяйства на поведение потребителей.

10. «Социальный класс» и «социальная группа». Система неравенства. Социальная стратификация и маркетинговые стратегии.
11. Типы коммуникации и их влияние на потребительское поведение.
12. Влияние рекламы на поведение потребителей. Процесс принятия решения потребителями.
13. Характеристика типов ситуаций, влияющих на процесс принятия решения о покупке. Характеристика основных этапов потребительского решения.
14. Характеристика процессов после покупки. Сущность и характеристика организационного покупательского поведения.
15. Профессиональная этика и консюмеризм. Право потребителей и маркетинг.

### **Questions for the offset with an assessment**

1. Types of needs and classification of consumer needs.
2. Motivational theories and marketing strategies.
3. Manipulation of consumer behavior.
4. Emotions. Types of emotions. The role of emotions in advertising perception.
5. Concept of life style and ways to measure it.
6. The attitude and characteristics of its main components.
7. Types of situations and their characteristics. Characteristics of factors of situational influence on consumer behavior.
8. Culture. Its impact on consumer behavior. Cultural values and consumer behavior.
9. Influence of family and household on consumer behavior.
10. "Social class" and "social group". A system of inequality. Social stratification and marketing strategies.
11. Types of communication and their influence on consumer behavior.
12. The impact of advertising on consumer behavior. Consumer decision-making process.
13. Characteristics of the types of situations that affect the purchase decision-making process. Characteristics of the main stages of the consumer solution.
14. Characteristics of post-purchase processes. The essence and characteristics of organizational purchasing behavior.
15. Professional ethics and consumerism. Consumer law and marketing.

### **Задание к зачету**

1. Как вы считаете какое количество одного блага потребитель готов заменить одной единицей другого блага без изменения достигнутого уровня полезности. Продемонстрируйте в этом ответе теоретические знания рыночной экономики.
2. Существует понятие жизненного цикла продукта. Как вы считаете влияет ли покупатель на данный цикл и как?
3. Что отражает кардиналистская теория потребительского поведения предпочтения?

### **Task to offset with an assessment**

1. What do you think is the amount of one good that the consumer is willing to replace with one unit of another good without changing the achieved level of utility. In this answer, demonstrate your theoretical knowledge of the market economy.
2. There Is a concept of the product lifecycle. How do you think consumer affects this cycle and how?
3. What does the cardinalist theory of consumer behavior reflect preferences?

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### **4.4. Методические материалы**

Студент допускается к зачету с оценкой по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить материалы вопросов к зачету, представленные в рекомендованных учебниках и других источниках (Интернет-ресурсы, научно-методические журналы и пр.). Структурировать теоретический материал, составить план его представления.

Ответ на вопрос и решение практического задания важно излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче зачета объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. «Неудовлетворительно» проставляется в ведомости.

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Обучающийся может самостоятельно выбрать тему реферата из предложенных, подготовить реферат и защитить его на занятии соответствующей тематики. Реферат демонстрирует углубленное изучение дисциплины, способствует развитию навыков самостоятельной работы с литературными источниками.

*Методические указания по самостоятельной подготовке к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:*

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

*Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):*

1. Торговые термины Инкотермс, описание, способы применения
2. Описать факторы, влияющие на выбор транспорта. Охарактеризовать каждый вид транспорта
3. Пути повышения эффективности международных морских перевозок.
4. Пути повышения эффективности международных перевозок ж/д и автотранспортом.
5. Перспективы развития международного транспортного коридора Транссиб.
6. Проект создания глобальной железнодорожной сети планеты.
7. Тенденции развития международных контейнерных перевозок
8. Основные экологические проблемы мировой транспортной системы и пути их решения.
9. Российский рынок логистических провайдеров: проблемы и тенденции развития.

10. Глобализация бизнеса и роль логистических систем в этом процессе.
11. Глобальные коммуникации – система международных транспортных коридоров.
12. Концепция «Just in time»
13. Контейнеризация – генеральное направление развития глобальной системы грузодвижения
14. Научно-технический прогресс и инновации международного транспортного процесса
15. Современные тенденции совершенствования транспортно-экспедиторского обслуживания.

*Questions for self-preparation (self-check):*

1. Incoterms Trade terms, description, application methods
2. Describe the factors that affect the choice of transport. Describe each type of transport
3. Ways to improve the efficiency of international Maritime transport.
4. Ways to improve the efficiency of international rail and road transport.
5. Prospects for the development of the Transsib international transport corridor.
6. Project to create a global railway network of the planet.
7. Trends in the development of international container transport
8. The main environmental problems of world transport system and ways of their solution.
9. Russian market of logistics providers: problems and development trends.
10. The globalization of business and the role of logistics systems in the process.
11. Global communications-a system of international transport corridors.
12. "Just in time" Concept
13. Containerization –the main direction of development of the global cargo movement system
14. Scientific and technical progress and innovations in the international transport process
15. Current trends in improving freight forwarding services.

*Методические указания по подготовке докладов:*

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии с тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного выступления по теме дисциплины перед другими обучающимися.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:
  - указывается тема и цель доклада;
  - обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.
2. Основное содержание доклада:
  - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
  - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

*Методические рекомендации по написанию реферата:*

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный

интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Объем реферата 7-15 стр.

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

### **6.1. Основная литература**

1. Калинкина Г.Е. Международная торговля в системе мировой экономики. WTO. Содействие управлению торговыми потоками [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Калинкина Г.Е., Трибушный И.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 229 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/20420.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Кочергина Т.Е. Контракты в международной торговле [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кочергина Т.Е.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Интермедия, 2014.— 204 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/28015.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Альбеков А. У. Логистика вторичных материальных ресурсов / А. У. Альбеков // Российское предпринимательство. - 2012. - №2. - С. 102-108.
2. Брынцев А. Н. Логистика в свободных экономических зонах / А. Н. Брынцев, А. В. Синько // Российское предпринимательство. - 2012. - №7. - С. 64-69.
3. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами - М. : ЮРАЙТ, 2015 - 572 с.
4. Основы логистики : учебник / под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. - М. : Проспект, 2015. - 339 с.
5. Дюмулен, И. И. Международная торговля. Тарифное и нетарифное регулирование : учебное пособие : рекомендовано УМО для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика" / Дюмулен, Ипполит Ипполитович ; Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. - Издание 3-е. - М. : ГОУ ВПО ВАВТ Минэкономразвития России, 2011. - 518 с.
6. Логистика : учебник : рекомендовано М-вом образования и науки РФ. / Гаджинский, Адиль Мухтарович. - 21-е изд. - М. : Дашков и К°, 2014. - 419 с.
7. Лопухов, Н. В. Логистика : учебно-методическое пособие / Н. В. Лопухов ; РАНХиГС при Президенте РФ, Волгоградский филиал. - Волгоград : Изд-во Волгоградского филиала ВПО РАНХиГС, 2013. - 52 с.
8. Неруш, Ю. М. Логистика : учебник / Ю. М. Неруш. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект, 2010. - 520 с.
9. Никифоров В.В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Никифоров В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.:



- ГроссМедиа, 2008.— 170 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/924.html>.— ЭБС «IPRbooks»
10. Проценко О. Д. Логистика и управление цепями поставок - взгляд в будущее. Макроэкономический аспект / Проценко, Олег Дмитриевич, Проценко, Инга Олеговна ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - М. : Дело, 2012. - 191 с.
11. Тебекин, А. В. Логистика : учебник : рекомендовано Министерством образования и науки РФ для студентов, обучающихся по специальностям "Экономика", "Менеджмент" / А. В. Тебекин. - М. : Дашков и К°, 2011. - 356 с.
12. Ханин М.С. Международная торговля услугами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ханин М.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московская государственная академия водного транспорта, 2012.— 40 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/46476.html>.— ЭБС «IPRbooks»
13. Шелег Н.С. Международная торговля [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шелег Н.С., Енин Ю.И.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/35496.html>.— ЭБС «IPRbooks»
14. Adam Tooze and Ted Fertik The World Economy and the Great War // Geschichte und Gesellschaft / 40. Jahrg., H. 2, Der Erste Weltkrieg in globaler Perspektive (April – Juni 2014), pp. 214-238 - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/24368710>

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

1. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
3. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

### **6.4. Нормативные правовые документы (в хронологическом порядке)**

1. Конвенция относительно обеспечения свободного плавания по Суэцкому каналу, 29 октября 1888 г.
2. Договор о Шпицбергене 1920 г.
3. Статьи Соглашения Международного Валютного Фонда 1944 г. (в современной редакции).
4. Конвенция о международной гражданской авиации (Чикаго, 7 декабря 1944 г.)
5. Соглашение о транзите при международных воздушных сообщениях (Чикаго, 1944 г.)
6. Соглашение о международном воздушном транспорте (Чикаго, 1944 г.)
7. Устав ООН 1945 г. и статут Международного Суда ООН
8. Конвенция о привилегиях и иммунитетах ООН 1946 г.
9. Конвенция о предупреждении преступления геноцида и наказания за него 1948 г.
10. Межамериканский договор о мирном разрешении споров 1948 г. (Боготский пакт).
11. Конвенция о привилегиях и иммунитетах специализированных учреждений ООН 1947 г.
12. Всеобщая декларация прав человека 1948 г.

13. Конвенция о режиме судоходства на Дунае 1948 г.
14. Женевская конвенция об обращении с военнопленными 1949 г.
15. Женевская конвенция о защите гражданского населения во время войны 1949 г.
16. Первый протокол 1977 г. к Женевским конвенциям о защите жертв войны 1949 г.
17. Конвенция о борьбе с торговлей людьми и с эксплуатацией проституции третьими лицами 1950 г.
18. Конвенция о статусе беженцев 1951 г.
19. Гагская конвенция о защите культурных ценностей в случае вооруженного конфликта 1956 г. (с дополнительными протоколами)
20. Конвенции о гражданстве замужней женщины 1957 г.
21. Европейская конвенция о выдаче 1957 г.
22. Конвенция о территориальном море и прилежащей зоне от 29 апреля 1958 г.
23. Конвенция об открытом море от 29 апреля 1958 г.
24. Конвенция о континентальном шельфе от 29 апреля 1958 г.
25. Договор об Антарктике 1959 г.
26. Венская конвенция о дипломатических сношениях 1961 г.
27. Венская конвенция о консульских сношениях 1963 г.
28. Декларация о предоставлении независимости колониальным странам и народам 1960 г.
29. Международная конвенция об ответственности операторов ядерных судов 1962 г.
30. Договор о запрещении испытаний ядерного оружия в атмосфере и в космическом пространстве и под водой 1963 г.
31. Декларация о недопустимости вмешательства во внутренние дела государств, об ограждении их независимости и суверенитета 1965 г.
32. Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах 1966 г.
33. Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 г.
34. Конвенция о ликвидации всех форм расовой дискриминации 1966 г.
35. Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела 1967 г.
36. Договор о запрещении ядерного оружия в Латинской Америке 1967 г. (Договор Тлателолко с протоколами)
37. Соглашение о спасании космонавтов, возвращении космонавтов и возвращении объектов, запущенных в космическое пространство 1968 г.
38. Договор о нераспространении ядерного оружия 1968 г.
39. Венская конвенция о праве международных договоров 1969 г.
40. Декларация о принципах международного права, касающаяся дружественных отношений и сотрудничества между государствами в соответствии с Уставом ООН, 1970 г.
41. Конвенция о борьбе с незаконным захватом воздушных судов 1970 г.
42. Конвенция о психотропных веществах 1971 г.
43. Конвенция о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности гражданской авиации 1971 г.
44. Договор о запрещении размещения на дне Мирового океана и в его недрах ядерного оружия и других видов оружия массового уничтожения 1971 г.
45. Конвенция о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности гражданской авиации (Монреаль, 1971 г.)
46. Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами 1972 г.
47. Принципы Стокгольмской конференции ООН по окружающей среде 1972 г.
48. Конвенция о запрещении разработки, производства и накопления запасов бактериологического (биологического) и токсинного оружия и об их уничтожении 1972 г.
49. Конвенция о предупреждении геноцида и наказании за него 1973 г.

50. Конвенция о предупреждении апартеида и наказании за него 1973 г.
51. Конвенция о предотвращении и наказании преступлений против лиц, пользующихся международной защитой, в том числе дипломатических агентов 1973 г.
52. Определение агрессии (Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН, 24 сессия, 14 декабря 1974 г.).
53. Заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничества в Европе 1975 г.
54. Конвенция о регистрации объектов, запускаемых в космическое пространство 1975 г.
55. Договор о постоянном нейтралитете и эксплуатации Панамского канала, 7 сентября 1977 г.
56. Венская конвенция о правопреемстве государств в отношении договоров 1978 г.
57. Конвенция о возмещении вреда, причиненного иностранным воздушным судном третьим лицам на поверхности 1978 г (в современной редакции, с учетом дополнений, внесенных Монреальским протоколом 1978 г.)
58. Соглашение о деятельности государств на Луне и других небесных телах 1979 г.
59. Конвенция ООН о борьбе с захватом заложников 1979 г.
60. Конвенция о запрещении или ограничении применения конкретных видов обычного оружия, которые могут считаться наносящими чрезмерные повреждения или имеющими неизбирательный характер, 10 октября 1980 г. (с протоколами).
61. Декларация о недопустимости интервенции и вмешательства во внутренние дела государств 1981 г.
62. Конвенция ООН по морскому праву 1982 г.
63. Конвенция об охране морских живых ресурсов Антарктики 1982 г.
64. Манильская декларация о мирном разрешении международных споров от 15 ноября 1982 г.)
65. Венская конвенция о правопреемстве государств в отношении государственной собственности, государственных архивов и государственных долгов 1983 г.
66. Конвенция против пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания 1984 г.
67. Договор о безъядерной зоне в Южной части Тихого океана 1985 г. (Договор Раротонга, и II Дополнительный протокол).
68. Венская конвенция о праве договоров между государствами и международными организациями или между международными организациями 1986 г.
69. Конвенция о правах ребенка 1989 г.
70. Конвенция об оперативном оповещении о ядерной аварии 1986 г.
71. Конвенция о помощи в случае ядерной аварии или радиационной аварийной ситуации 1986 г.
72. Конвенция о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности морского судоходства, 1988 г.
73. Конвенция о борьбе с вербовкой, использованием, финансированием и обучением наемников 1989 г.
74. Базельская конвенция о контроле за трансграничной перевозкой опасных отходов и их удалением 1989 г.
75. Соглашение о создании Содружества Независимых государств, 1991 г.
76. Конвенция об оценке воздействия на окружающую среду в трансграничном контексте 1991 г.
77. Рамочная конвенция об изменении климата 1992 г.
78. Договор по открытому небу (Вена, 21 марта 1992 г.)
79. Принципы Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро 1992 г.
80. Конституция Российской Федерации 1993 г.

81. Конвенция о правовой помощи и правовых отношениях по гражданским, семейным и уголовным делам 1993 г.
82. Устав Международного трибунала по Югославии 1993 г.
83. Устав Международного трибунала по Руанде 1994 г.
84. Марракешское соглашение о создании Всемирной Торговой Организации 1994 г. (с приложениями).
85. Договор о зоне, свободной от ядерного оружия в Африке от 23 июня 1995 г. (Договор Пелиндаба).
86. Федеральный закон "О международных договорах Российской Федерации" 1995 г. //Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 29.
87. Договор о всеобъемлющем запрещении испытаний ядерного оружия 1996 г.
88. Конвенция о запрещении противопехотных мин 1997 г.
89. Международная конвенция о борьбе с бомбовым терроризмом 1997 г.
90. Римский Статут Международного уголовного суда 1998 г.
91. Конвенция для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок (Монреаль, 1999 г.)
92. Международная конвенция о борьбе с финансированием терроризма 1999 г.
93. Палермская конвенция ООН против транснациональной организованной преступности 2000 г.
94. Шанхайская конвенция о борьбе с терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом 2001 г.
95. Федеральный закон от 25 июля 2002 г. "О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации" 2002 г.
96. Конвенция ООН против коррупции 2003 г.
97. Международная конвенция о борьбе с актами ядерного терроризма 2005 г.

#### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. Организация Объединенных Наций – <http://www.un.org/russian/>
4. Каталог документов по международному праву – <http://list.ru/catalog/11415.html>
5. Права человека в международном праве – <http://www.hrw.org/mssian/>
6. Официальный сайт Европейского Союза (на всех официальных языках) - [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
7. Официальный сайт Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе - [www.osce.org/ru](http://www.osce.org/ru)
8. Официальный сайт Международного Комитета Красного Креста - [www.icrc.org](http://www.icrc.org)
9. Раздел официального сайта ООН, посвященный международному праву - <http://www.un.org/ru/law/>
10. Сайт Министерства иностранных дел РФ - <http://www.mid.ru>
11. <http://www.government.gov.ru> – Официальный сайт Правительства РФ.
12. Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации - <http://www.kremlin.ru/events>
13. Российская газета - <http://www.rg.ru/>
14. Журнал «Россия в глобальной политике» <http://www.globalaffairs.ru/>
15. Журнал «Международная жизнь» <http://www.interaffairs.ru/>
16. Журнал «Вестник международных организаций» <http://www.iorj.hse.ru/>
17. Журнал Корпорации РЭНД (The RAND Corporation) <http://www.rand.org/>
18. Журнал Совета по международным отношениям (Council on Foreign Relations) <http://www.cfr.org/>
19. Журнал Форума глобальной политики (Global Policy Forum) <http://www.globalpolicy.org/>

20. Журнал Королевского института международных отношений (The Royal Institute of International Affairs) <http://www.chathamhouse.org/>
21. Право международной торговли <http://www.miripravo.ru/>
22. Информационный сервер «Терроризм» <http://www.infa.ru/map/terror/index.html>
23. Портал по законодательству Европейского Союза <http://europa.eu.int/eur-lex>.

#### **6.6. Иные источники**

1. Бажанов, Е. П. Международные отношения в XXI веке - М.: Восток-Запад, 2011. – 464 с.
2. Бурлачков В.К. Международные валютно-кредитные отношения. Конспект лекций - М.: Изд-во МГИМО, 2012. - ЭБС "Лань" [[http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=3107](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=3107)]
3. Зиновьева Е.С., Казанцев А.А. Сложность мировой политики: К вопросу о новой методологии анализа // Мировая экономика и международные отношения. 2015. № 4. С. 58-67. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=23375660>
4. Кадочников П.А., Пташкина М.Г. Трансатлантическое торгово-экономическое партнерство // Мировая экономика и международные отношения. 2015. № 2. С. 14-22. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=23050978>
5. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие / под ред. Цыганкова П.А. - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
6. Стрелкова И.А. Мировая экономика : учебное пособие - М.: РИОР : ИНФРА-М, 2011. – 267 с.
7. Цыганков П.А. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие : допущено УМО - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. – 336 с.
8. Щебарова Н.Н. Международные валютно-финансовые отношения - М.: ФЛИНТА, 2011. - ЭБС "Лань" [[http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=20193](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=20193)]
9. Якушев В.Л. Международные экономические отношения. Конспект лекций - М.: А-Приор, 2011. - ЭБС "Лань" [[http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=3106](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=3106)]

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.