

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕН-
НОЙ 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 № 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 Модуль «Организация международного сотрудничества»

Б1.В.02.ДВ.04.07 Международный маркетинг (International marketing)

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

Межд.марк. (Int. mark.)

(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:

кандидат экономических наук, доцент Ласковец С.В.

Заведующий кафедрой

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины (модуля) 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).....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.....	16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	17
6.4. Нормативные правовые документы (в хронологическом порядке).....	17
6.5. Интернет-ресурсы.....	20
6.6. Иные источники.....	20
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	21

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина Б1.В.02.ДВ.04.07 Международный маркетинг (International marketing) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-1	Способен применять на практике положительный опыт в дизайне отечественных и зарубежных сетевых ресурсов	ПКр-1.1	Способность работать с информационными материалами на языке региона специализации с применением современных программных средств обработки и редактирования информации

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии проф-стандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
формирование трудовой функции А/01.7 Разработка макета ресурса в рамках обобщенной трудовой функции А Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению сетевого издания/сайта информационного агентства (профессиональный стандарт 06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств) и профессиональных действий, связанных с умениями разрабатывать стратегии информационной политики, осуществлять международный обмен информацией, формировать информационные потоки и	ПКр-1.1	<p>на уровне знаний: демонстрирует знание языка региона специализации</p> <p>на уровне умений: демонстрирует умение читать и понимать специальную литературу на языке региона специализации</p> <p>на уровне навыков: переводит или составляет резюме текстов на языке региона специализации, составляет документацию с применением современных программных средств обработки и редактирования информации на языке региона специализации</p>

информационное взаимодействие организации с внешней средой, готовить обзоры, информационные, аналитические материалы по вопросам международного сотрудничества, развития зарубежных регионов, региональной политики, общественно-политического, социально-экономического, социокультурного развития регионов, информационного пространства, каналов информирования с использованием двустороннего устного и письменного перевода документов и иных материалов общественно-политической и социально-экономической направленности, разрабатывать информационное сопровождение профессиональной деятельности в СМИ и сети Интернет на русском и иностранных языках		
---	--	--

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.02.ДВ.04.07 Международный маркетинг (International marketing) составляет 4 зачётные единицы, 144 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 32 часа: лекции – 12 часов, практические занятия – 20 часов. Самостоятельная работа составляет 76 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.02.ДВ.04.07 Международный маркетинг (International marketing) предусмотрена на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина Б1.В.02.ДВ.04.07 Международный маркетинг (International marketing) входит в дисциплины по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

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 – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля) Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ/КСР			
Тема 1	Понятие международного маркетинга. The Concept of international marketing.	18	2		4		12	О
Тема 2	Маркетинговые исследования международных рынков. Marketing research of international markets.	16	2		2		12	О
Тема 3	Международные маркетинговые стратегии. International marketing strategy.	18	2		4		12	О
Тема 4	Товарно-ценовая политика на международном рынке. Commodity pricing on the international market.	18	2		2		14	О
Тема 5	Маркетинговые коммуникации на международных рынках. Marketing communication in international markets.	18	2		4		12	О
Тема 6	Особенности бренд-менеджмента на международной арене. Peculiarities of brand management in the international arena.	20	2		4		14	О, Р
Промежуточная аттестация		36						Э
Всего:		144	12		20		76	

Примечание:

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

*** - формы промежуточной аттестации: экзамен (Э).

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1 Понятие международного маркетинга. The Concept of international marketing

Основные понятия, цели и задачи международного маркетинга. Принципы маркетинга международных компаний.

Basic concepts, aims and tasks of international marketing. Principles of marketing international companies.

Тема 2 Маркетинговые исследования международных рынков. Marketing research of international markets.

Маркетинговый исследовательский инструментарий, применяемый в международном маркетинге. Понятие бенчмаркинга, его сущность и использование в проведении конкурентного анализа на международном рынке

Marketing research tools used in international marketing. The concept of benchmarking, its essence and use in conducting competitive analysis in the international market

Тема 3 Международные маркетинговые стратегии. International marketing strategy.

Понятие стратегии, основные этапы разработки стратегии. Инструменты маркетингового анализа, применяемого при разработке международных стратегий. PEST, SWOT-анализ, матрица БКГ, GAP-анализ. Особенности стратегий на международном рынке.

The concept of strategy, the main stages of strategy development. Marketing analysis tools used when developing international strategies. PEST, SWOT analysis, BCG matrix, GAP analysis. Features strategies in the international market.

Тема 4 Товарно-ценовая политика на международном рынке. Commodity pricing on the international market

Понятие товара и цены как рыночного предложения, особенности формирования рыночного предложения на международном рынке, уникальное товарное предложение, товарные стратегии на международном рынке, ценовые стратегии на международном рынке. Факторы формирования товарно-ценовой политики на международном рынке. Виды цен на международном рынке.

The concept of the product and prices as the market deals, especially the formation of market supply in the international market a unique product offering, product strategy in the international market, pricing strategies in the international market. The factors of commodity price policies in the international market. Types of prices in the international market.

Тема 5 Маркетинговые коммуникации на международных рынках. Marketing communication in international markets

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Особенности коммуникативного процесса. ATL и BTL коммуникации. Особенности коммуникационной политики на международном рынке.

The complex of marketing communications. Features of the communication process. ATL and BTL communication. The features of the communication policy in the international market.

Тема 6. Особенности бренд-менеджмента на международной арене. Peculiarities of brand management in the international arena

Понятие брендинга, особенности бренд-менеджмента на глобальном рынке. Атрибуты бренда. Фирменный цвет и стиль. Бренд-бук международных компаний.

The concept of branding, especially brand management in the global market. The attributes of the brand. Brand color and style. Brand book of the international companies.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.02.ДВ.04.07 **Международный маркетинг (International marketing)** используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Понятие международного маркетинга. The Concept of international marketing.	опрос
Тема 2.	Маркетинговые исследования международных рынков. Marketing research of international markets.	опрос
Тема 3.	Международные маркетинговые стратегии. International marketing strategy.	опрос
Тема 4.	Товарно-ценовая политика на международном рынке. Commodity pricing on the international market.	опрос
Тема 5	Маркетинговые коммуникации на международных рынках. Marketing communication in international markets.	опрос
Тема 6.	Особенности бренд-менеджмента на международной арене. Peculiarities of brand management in the international arena.	Опрос, реферат

4.1.2. Экзамен 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 (темы докладов):

Тема 1 Понятие международного маркетинга. The Concept of international marketing.

1. Основные понятия, цели и задачи международного маркетинга.
2. Принципы маркетинга международных компаний.

1. Basic concepts, aims and tasks of international marketing.

2. Principles of marketing international companies.

Тема 2 Маркетинговые исследования международных рынков. Marketing research of international markets.

1. Маркетинговый исследовательский инструментарий, применяемый в международном маркетинге.
2. Понятие бенчмаркинга, его сущность и использование в проведении конкурентного анализа на международном рынке

1. Marketing research tools used in international marketing.
2. The concept of benchmarking, its essence and use in conducting competitive analysis in the international market

Тема 3 Международные маркетинговые стратегии. International marketing strategy

1. Понятие стратегии, основные этапы разработки стратегии.
2. Инструменты маркетингового анализа, применяемого при разработке международных стратегий.
3. PEST, SWOT-анализ, матрица БКГ, GAP-анализ.
4. Особенности стратегий на международном рынке.

1. The concept of strategy, the main stages of strategy development.
2. Marketing analysis tools used when developing international strategies.
3. PEST, SWOT analysis, BCG matrix, GAP analysis.
4. Features strategies in the international market.

Тема 4 Товарно-ценовая политика на международном рынке. Commodity pricing on the international market

1. Понятие товара и цены как рыночного предложения, особенности формирования рыночного предложения на международном рынке, уникальное товарное предложение, товарные стратегии на международном рынке, ценовые стратегии на международном рынке.
2. Факторы формирования товарно-ценовой политик на международном рынке.
3. Виды цен на международном рынке.

1. The concept of the product and prices as the market deals, especially the formation of market supply in the international market a unique product offering, product strategy in the international market, pricing strategies in the international market.
2. The factors of commodity price policies in the international market.
3. Types of prices in the international market.

Тема 5 Маркетинговые коммуникации на международных рынках. Marketing communication in international markets

1. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
2. Особенности коммуникативного процесса
3. ATL и BTL коммуникации
4. Особенности коммуникационной политики на международном рынке.

1. The complex of marketing communications.

2. Features of the communication process
3. ATL and BTL communication
4. The features of the communication policy in the international market.

Тема 6. Особенности бренд-менеджмента на международной арене. Peculiarities of brand management in the international arena

1. Понятие брендинга, особенности бренд-менеджмента на глобальном рынке.
2. Атрибуты бренда.
3. Фирменный цвет и стиль.
4. Бренд-бук международных компаний.

1. The concept of branding, especially brand management in the global market.
2. The attributes of the brand.
3. Brand color and style.
4. Brand book of the international companies.

Примерные темы для написания рефератов:

1. Адаптационные изменения структуры внешних связей предприятий, вызванные процессами интернализации.
2. Ассортиментная политика международных компаний.
3. Возможности маркетинга в процессе разработки проектов международного сотрудничества.
4. Возможные условия и риски, связанные с выходом на международный рынок
5. Глобализация и проблемы, создаваемые ею для России.
6. Дизайн и упаковка экспортного товара.
7. Источники информации о международных рынках.
8. Каналы товародвижения в международной торговле.
9. Коммуникативные стратегии в международном маркетинге.
10. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке.
11. Маркетинг в обеспечении конкурентоспособности регионов.
12. Маркетинговые исследования при выходе на международный рынок.
13. Маркетинговые средства коммуникаций.
14. Маркетинговые стратегии на международном рынке.
15. Проблемы маркетинга при реализации международных проектов.
16. Проблемы, стратегия и методы маркетинговой коммуникации на международном рынке.
17. Рекламные кампании на международных рынках.
18. Сервисная политика в международном маркетинге.
19. Среда международного маркетинга
20. Среда международного маркетинга.
21. Стратегии адаптации товара на внешнем рынке.
22. Стратегии входа на международный рынок.
23. Целесообразность выхода на внешний рынок, методы выхода на внешний рынок.
24. Ценовые стратегии в международном маркетинге.

Examples of topics for writing essays:

1. Adaptive changes in the structure of external relations of enterprises, caused by processes of internalization.
2. Assortment policy of international companies.
3. Marketing opportunities in the development of international cooperation projects.

4. Possible conditions and risks associated with entering the international market
5. Globalization and the problems it creates for Russia.
6. Design and packaging of export goods.
7. Sources of information about international markets.
8. Channels of distribution in international trade.
9. Communication strategies in international marketing.
10. The competitiveness of goods on foreign markets.
11. Marketing in ensuring the competitiveness of regions.
12. Marketing research when entering the international market.
13. Marketing communication media.
14. Marketing strategy in the international market.
15. Marketing problems in the implementation of international projects.
16. Problems, strategies and methods of marketing communication in the international market.
17. Advertising campaigns in international markets.
18. Service policy in international marketing.
19. Environment of international marketing
20. Environment of international marketing.
21. Adaptation strategies of goods in foreign markets.
22. Entry strategy to international market.
23. The feasibility of entering the foreign market, methods of market entry.
24. Pricing strategies in international marketing.

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
ПКр-1	Способен применять на практике положительный опыт в дизайне отечественных и зарубежных сетевых ресурсов	ПКр-1.1	Способность работать с информационными материалами на языке региона специализации с применением современных программных средств обработки и редактирования информации

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКр-1.1 Способность работать с информационными материалами на языке региона специализации с применением современных программных средств обработки и редактирования информации	Свободно читает специальную литературу на языке региона специализации Делает перевод или резюме текстов на языке региона специализации Делает сообщения и доклады на языке региона специализации	Демонстрирует умение читать и понимать специальную литературу на языке региона специализации Переводит или составляет резюме текстов на языке региона специализации Представляет сообщения и доклады на языке региона специализации

	<p>Ведет беседу по широкому спектру повседневного и профессионального общения на языке региона специализации</p> <p>Ведет деловую переписку с применением современных программных средств обработки и редактирования информации на языке региона специализации</p>	<p>Поддерживает беседу по широкому спектру повседневного и профессионального общения на языке региона специализации</p> <p>Составляет документацию с применением современных программных средств обработки и редактирования информации на языке региона специализации</p>
--	--	---

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену

1. Роль маркетинга в экономическом развитии страны (на примере региона специализации).
2. Концепции международного маркетинга.
3. Цели и функции международного маркетинга.
4. Принципы организации службы маркетинга международных компаний.
1. Понятие и виды маркетинговой среды международных рынков.
2. Внутренняя и внешняя микросреда маркетинга международных компаний.
3. Понятие и основные типы контактных аудиторий на международном рынке.
4. Понятие конкурентной ситуации, конкурентного поведения на международном рынке.
5. Цели исследования международных рынков.
6. Методы маркетингового анализа международных рынков.
7. Понятие и формы продвижения товара на внешний рынок.
8. Коммуникационные каналы и позиционирование товара на внешнем рынке.
9. Субъекты и объекты рекламной деятельности на международном рынке.
10. Рекламные носители и формы рекламы на международном рынке.
11. Виды рекламных кампаний на международном рынке (по целям, силе рекламного воздействия, по объектам, по носителям, по степени охвата рынка, территориально-географическим признакам, срокам реализации).
12. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на международном рынке.
13. Принципы формирования товарной политики на международном рынке.
14. Принципы формирования ценовой политики на международном рынке.
15. Брендинг международных компаний.
16. Принципы разработки стратегий на международном рынке.
17. Этапы разработки международных стратегий.
18. Глобализация мировой экономики и международный маркетинг.
19. Этапы проведения маркетинговых исследований международных рынков.
20. Проблемы адаптации цены на международном рынке.

Exam questions

1. The role of marketing in economic development of the country (on the example of the region of specialization).
2. The concept of international marketing.
3. Objectives and functions of international marketing.
4. The principles of organization of marketing service international companies.
1. Concept and types of marketing environment of international markets.

2. Internal and external micro-environment marketing international companies.
3. The concept and main types of contact audiences on the international market.
4. The concept of the competitive situation, competitive behavior in the international market.
5. The purpose of the study the international markets.
6. Methods of marketing analysis of international markets.
7. The concept and forms of product promotion on the external market.
8. Communication channels and product positioning in foreign market.
9. Subjects and objects of advertising activity in the international market.
10. Advertising media and forms of advertising on the international market.
11. The types of advertising campaigns on the international market (for the purposes of, the power of advertising, objects, object, the degree of market coverage, geographically-geographical indications, the timing of implementation).
12. Evaluation of the effectiveness of marketing communications in the international market.
13. Principles of formation of commodity policy in the international market.
14. Principles of formation of pricing policy in the international market.
15. Branding of international companies.
16. Principles of development strategies in the international market.
17. Stages of international policy development.
18. Globalization of world economy and international marketing.
19. The stages of conducting marketing research of international markets.
20. Problems of adaptation of the prices in the international market.

Задания к экзамену

1. Посоветуйте компании пути внедрения на рынок России.
2. Выявите потенциальные трудности, связанные с каждой возможностью проникновения.
3. Дайте обоснование выбранному методу проникновения на российский рынок.
4. Предложите рекомендации по системе товародвижения и распределения.

Exam tasks

1. Recommend the company ways of introduction to the Russian market.
2. Identify the potential difficulties associated with each possibility of penetration.
3. Give a justification for the chosen method of penetration into the Russian market.
4. Offer recommendations on the system of distribution and distribution.

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 программ-

	<p>ного 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.</p>
16-25	<p>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.</p>
6-15	<p>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.</p>
0-5	<p>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 си-</p>

	туаций. 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 экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамен проводится в форме ответа на вопросы и выполнения практических заданий, представленных в Разделе 4.3.2. Готовиться к экзамену необходимо последовательно, на протяжении всего периода изучения дисциплины.

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

Ответ 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 экзамена объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «неудовлетворительно» проставляется в ведомости.

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

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.

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 (самоподготовки):

1. Что такое международные экономические отношения?
2. Какие факторы обеспечивают международную маркетинговую деятельность?
3. Каковы цели международного маркетинга?
4. Назовите формы международной кооперации производства.
5. Каковы основополагающие концепции международного маркетинга?
6. Какие виды маркетинга характерны для развития международных экономических связей?
7. Каковы основные предпосылки возникновения международного маркетинга?
8. Какие формы внешнеэкономической деятельности вам известны?
9. В чем заключается сущность международных маркетинговых исследований?
10. Каковы цели и задачи международных маркетинговых исследований?
11. Изложите исторические этапы развития международных маркетинговых исследований.
12. Осветите этапы процесса маркетинговых исследований.
13. Объясните принципы комплексного исследования зарубежного рынка.
14. Проведите смысловое разграничение понятий «кабинетное исследование» и «полевое исследование».
15. Дайте методы оценки зарубежного рынка, выделите специфические особенности.

Questions for self-study (self-study):

1. What is international economic relations?
2. What factors ensure international marketing activities?
3. What are the goals of international marketing?
4. What are the forms of international cooperation of production.
5. What are the fundamental concepts of international marketing?
6. What types of marketing are typical for the development of international economic relations?
7. What are the main prerequisites for the emergence of international marketing?
8. What forms of foreign economic activity do you know?
9. What is the essence of international marketing research?
10. What are the goals and objectives of international marketing research?
11. Describe the historical stages of development of international marketing research.
12. Highlight the steps in the marketing research process.
13. Explain the principles of a comprehensive study of the foreign market.
14. Conduct a semantic distinction between the concepts of "Desk research" and "field research".
15. Give methods for assessing the foreign market, highlight the specific features.

Методические указания по подготовке докладов:

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

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

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 формируются 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 (модулю)

6.1. Основная литература

1. Зобов А.М. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Зобов А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2011.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/11529.html>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Моргунов В.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Моргунов В.И., Моргунов С.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 182 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/52268.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/28128.html>.— ЭБС «IPRbooks» Карпова, С. В. Международный маркетинг : учебное пособие для бакалавров : рекомендовано УМО по образованию... по специальности "Мировая экономика" / Карпова, Светлана Васильевна. - Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 318 с.
2. Беленов О.Н, Практикум по международному маркетингу. - М.: ФЛИНТА, 2012. (ЭБС "Лань" <http://e.lanbook.com/view/book/20235>)

3. 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.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/10291.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Санжаровский К.В. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Санжаровский К.В., Шемчук М.А.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2014.— 113 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/61268.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Сейфуллаева М.Э.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/8095.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Багиев Г. Л. Международный маркетинг : учебник : гриф УМО / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Питер, 2009. - 688 с.

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
7. Официальный сайт Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе - www.osce.org/ru
8. Официальный сайт Международного Комитета Красного Креста - 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. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для бакалавров : гриф УМО. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 350 с.
2. Петросян С.И. Политическое управление и информационные технологии в сфере предоставления государственных и муниципальных услуг // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 3-2 (53). С. 140-144. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=22966743>
3. Соколова М.Ю., Мухина Ю.В. Практика применения информационных технологий в государственном и региональном управлении // Системное управление. 2014. № 4 (25). С. 89-95. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=22988955>
4. Провалов В.С. Информационные технологии управления - М.: ФЛИНТА, 2012. - (ЭБС "Лань" http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=20182)

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; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: 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/>.