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.01 Модуль «Теоретические основы международного сотрудничества»

Б1.В.01.ДВ.01.05 Глобальный диджитал маркетинг (Global didgital Marketing)

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

Глоб.дидж.мар. (Glob.dig.mark.)

(краткое наименование дисциплины)

41.04.01 Зарубежное регионоведение

(код, наименование направления подготовки)

Россия - Европа: политические и геополитические исследования (российско-французская программа)

(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, доцент Комлева В.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, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО....5

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....14

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....16

6.1. Основная литература....16

6.2. Дополнительная литература....16

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....16

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, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина Б1.В.01.ДВ.01.05 Глобальный диджитал маркетинг (Global didgital Marketing) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-4	Способен создавать материалы (написание статей, сценариев, ведение колонки)	ПКр-4.1	Способность готовить аналитические материалы, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки

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
формирование трудовой функции G/02.7 Рецензирование и экспертиза научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ профессионального обучения, СПО и (или) ДПП в рамках обобщенной трудовой функции G Научно-методическое и учебно-методическое обеспечение реализации программ профессионального обучения, СПО и ДПП (профессиональный стандарт 01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования) и профессиональных действий, связанных с умениями готовить стратегические и оперативные документы, обеспечивающие процесс международного сотрудничества на русском и иностранных языках, готовить обзоры, информационные, аналитические материалы по вопросам международного	ПКр-4.1	на уровне знаний: демонстрирует знание основных технологий подготовки материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки)
		на уровне умений: отбирает информацию для подготовки аналитических материалов, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки
		на уровне навыков: применяет технологии подготовки материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки)

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, составлять экспертные, аналитические отчеты по результатам исследований, разрабатывать рекомендации для принятия управленческих решений на основе полученных данных исследования		

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.01.ДВ.01.05 Глобальный диджитал маркетинг (Global didgital Marketing) составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 16 часов: практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 56 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.01.ДВ.01.05 Глобальный диджитал маркетинг (Global didgital Marketing) предусмотрена на 1 курсе во 1 семестре.

Дисциплина Б1.В.01.ДВ.01.05 Глобальный диджитал маркетинг (Global didgital 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 – зачет.

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	Современное понятие didgital-маркетинг. Что такое didgital-маркетинг? Современные стратегии маркетинга Modern concept of didgital marketing. What is didgital marketing? Modern marketing strategies	18			4		14	О
Тема 2	Основные инструменты didgital-маркетинга Basic didgital marketing tools	18			4		14	О
Тема 3	Каналы didgital-маркетинга Didgital marketing channels	18			4		14	О
Тема 4	Инвестиции в didgital-маркетинг Investment in didgital marketing	18			4		14	О, Р
Промежуточная аттестация								За
	Всего:	72			16		56	

Примечание:
*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).*
**** - формы промежуточной аттестации: зачет (За).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Современное понятие didgital-маркетинг. Что такое didgital-маркетинг? Современные стратегии маркетинга. Modern concept of didgital marketing. What is didgital marketing? Modern marketing strategies

Возникновение термина «цифровой маркетинг» или «didgital маркетинг». Его первоначальное и последующие использование. Стремительное развитие цифровых медиа. Широкое распространения мобильных устройств.
Рост цифровых медиа. Особенности интернет-пользователя. Анализ поведения в интернете.
В чем разница цифрового маркетинга, онлайн-маркетинга, интернет-маркетинга или веб-маркетинга. Цифровой маркетинг в США, веб-маркетинг в Италии, веб-маркетинг во Франции или цифровой маркетинг в Великобритании, России и других странах.
Уровень сложности didgital маркетинг с развитием интернет пространства. Создание глубоких и актуальных отношений с потребителем. Разработка рекламных компаний. Продвижение услуг и товаров с помощью цифровых технологий. Офлайн-инструменты (smart-гаджеты, POS-терминалы и др.).
Сегментация B2B, B2C. Целевая аудитория и сбытовые каналы. Аналитика рынка и связь с didgital маркетинг.
Параметры целевой аудитории. Характеристики продукта. Брендирование.
Каналы и набор инструментов для продвижения didgital маркетинг. Аналитика кампании и результативность.

Origin of the term "didgital marketing" or "didgital marketing". Its initial and subsequent use. Rapid development of didgital media. Widespread use of mobile devices.
Growth of didgital media. Features of the Internet user. Analysis of behavior on the Internet.
What is the difference between didgital marketing, online marketing, Internet marketing or web marketing? Didgital marketing in the US, web marketing in Italy, web marketing in France, or didgital marketing in the UK, Russia, and other countries.
The level of complexity of didgital marketing with the development of the Internet space. Creating a deep and relevant relationship with the consumer. Development of advertising

companies. Promotion of services and products using didgital technologies. Offline tools (smart gadgets, POS terminals, etc.).
B2B and B2C segmentation. Target audience and sales channels. Market Analytics and communication with didgital marketing.
The parameters of the target audience. Product feature. Branding.
Channels and a set of tools for promoting didgital marketing. Campaign Analytics and performance.

Тема 2. Основные инструменты didgital-маркетинга. Basic didgital marketing tools

Инструменты диджитал-маркетинга. Способы применения инструментов маркетинга. Способы, средства и мероприятия диджитал-маркетинга. Оповещение через диджитал-маркетинг. Внимание клиентов к продукту, бренду, компании. От чего зависит эффективность продвижения. Перечень используемых инструментов. Цели маркетинговой кампании и стадии ее проведения. Основные инструменты didgital-маркетинга.
Контекстная реклама. СЕО-продвижение. Баннерная реклама. Рекламные окна. Телевизионная реклама. Радиореклама. Контактная реклама. Нативная реклама. QR-коды в offline. Выбор правильного инструмента. Категории покупателей и клиентов. Дополнительное продвижение. Вирусная реклама.
В didgital-маркетинге могут использоваться и другие инструменты, основанные на цифровых технологиях: от рекламного предложения при инсталляции программ до рассылки на e-mail или мелодий, которые используются для удержания абонентов на линии. Такие традиционные средства, как газеты или флаеры, если они содержат QR-код в объявлении.

Didgital marketing tools. Ways to use marketing tools. Ways, means, and activities of didgital marketing. Notification via didgital marketing. Customers ' attention to the product, brand, and company. What determines the effectiveness of promotion. List of tools used. The goal of the marketing campaign and the stage of its implementation. The basic tools of didgital marketing.
Contextual advertising. SEO promotion. Banner advertising. Advertising Windows. Television commercial. Radio advertising. Contact advertising. Native advertising. QR codes in offline mode. Choosing the right tool. Categories of buyers and clients. Additional promotion. Viral advertising.
Didgital marketing can also use other tools based on didgital technologies: from an advertising offer when installing programs to e-mail messages or ringtones that are used to keep subscribers on the line. Traditional media such as Newspapers or flyers, if they contain a QR code in the ad.

Тема 3. Каналы didgital-маркетинга. Didgital marketing channels

Самые популярные каналы связи. Эффективно действия различных каналов связи. Интернет и его каналы связи. Использование ноутбуков, планшетов, ПК, смартфонов и др. Размещение интернет рекламы. Брендирование. Что такое контент и правила его направления. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях. Цифровое телевидение. Стандартные каналы ТВ. Вирусные ролики в современном ТВ. Эффект бегущей строки.
Локальные сети. Различные местные «объединения» компьютеров. Корпоративные сети в рамках одного офиса, локальные сети в отдельных домах, городских районах и т. п. Реклама товаров и услуг, направленных на аудиторию с четкой географической привязкой.
Мобильные гаджеты. Рассылки и специальные оповещения. WOW-звонки, брендированные предложения, размещение рекламы в сторонних программах.

«Умные» гаджеты и smart-устройства: часы, весы, фитнес-браслеты и др., имеющие WI-FI-подключение к интернету. Для продвижения можно применять брендированность приложений и прочие инструменты.
Интерактивные дисплеи. POS-терминал, зарядные аппараты. К интерактивным дисплеям также принадлежат цифровые баннеры, устанавливаемые в рекламных целях. Через этот канал распространяют преимущественно видеоролики. Активно используются также и всплывающие рекламные окна.
Didgital-art. Современная графика и вирусные технологии графики. Основным способом продвижения с помощью Didgital-art является брендирование произведений.
Социальные сети. Запуск вирусной рекламы или приложений. Продвижение рекламы в социальных сетях. Запуск флешмобов.

The most popular communication channels. Effective actions of various communication channels. The Internet and its communication channels. Using laptops, tablets, PCs, smartphones, etc. Placement of online advertising. Branding. What is content and the rules for sending it. Promotion of products and services in social networks. didgital TV. Standard TV channels. Viral videos in modern TV. The effect of the marquee.
LAN. Various local" associations " of computers. Corporate networks within a single office, local networks in individual homes, urban areas, and so on.Advertising products and services aimed at an audience with a clear geographical reference.
Mobile gadgets. Mailing lists and special notifications. WOW-calls, branded offers, advertising in third-party programs.
"Smart" gadgets and smart devices: watches, scales, fitness bracelets, etc. that have WI-FI Internet connection. You can use app branding and other tools for promotion.
Interactive display. The POS terminal, the charging apparatus. Interactive displays also include didgital banners that are installed for advertising purposes. This channel mainly distributes videos. Pop-up advertising Windows are also actively used.
Didgital-art. Modern graphics and viral graphics technologies. The main way of promotion using Didgital-art is to brand works.
Social network. Launch of viral ads or apps. Promotion of advertising in social networks. Launching flash mobs.

Тема 4. Инвестиции в didgital-маркетинг. Investment in didgital marketing

Продвижение с помощью цифровых технологий можно выполнять, используя различные ресурсы: платные — площадки, оплачиваемые компанией-заказчиком. Это может быть контекстная реклама, цифровой баннер; собственные — площадки, которыми компания пользуется бесплатно (например, страница в социальной сети); наработанные — это коммуникационные каналы, которые компания приобретает вследствие своей работы (например, пользователи, распространяющие ее вирусный ролик).

Didgital promotion can be performed using various resources: paid platforms paid for by the customer company. This can be contextual advertising, a didgital banner; own — sites that the company uses for free (for example, a page in a social network); developed — these are communication channels that the company acquires as a result of its work (for example, users who distribute its viral video).

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.01.ДВ.01.05 Глобальный диджитал маркетинг (Global didgital Marketing) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Современное понятие didgital-маркетинг. Что такое didgital-маркетинг? Современные стратегии маркетинга Modern concept of didgital marketing. What is didgital marketing? Modern marketing strategies	опрос
Тема 2	Основные инструменты didgital-маркетинга Basic didgital marketing tools	опрос
Тема 3	Каналы didgital-маркетинга Didgital marketing channels	опрос
Тема 4	Инвестиции в didgital-маркетинг Investment in didgital marketing	Опрос, защита реферата

4.1.2. Зачет 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. Современное понятие didgital-маркетинг. Что такое didgital-маркетинг? Современные стратегии маркетинга. Modern concept of didgital marketing. What is didgital marketing? Modern marketing strategies.

1. Что входит в понятие didgital-маркетинг?
2. Как появился didgital-маркетинг?
3. Как сегодня развивается современный didgital-маркетинг в мире?
4. Сегментация B2B, B2C

1. what is included in the concept of didgital marketing?
2. How did didgital marketing?
3. How is modern didgital marketing developing in the world today?
4. B2B and B2C Segmentation

Тема 2. Основные инструменты didgital-маркетинга. Basic didgital marketing tools

1. Какие современные инструменты маркетинга широко используются в России?
2. Как определить целевую аудиторию?
3. Правильный набор инструментов для продвижения продукта.
4. Эффективность современного didgital-маркетинга

1. what modern marketing tools are widely used in Russia?
2. How to identify the target audience?
3. the Right set of tools to promote the product.
4. Effectiveness of modern didgital marketing

Тема 3. Каналы didgital-маркетинга. Didgital marketing Channels

1. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях
2. Популярные каналы современного didgital-маркетинга
3. Что такое Didgital-art?
4. Как правильно использовать поисковую систему для продвижения продукта

1. Promotion of products and services in social networks
2. Popular channels of modern didgital marketing
3. what is Didgital-art?
4. how to use the search engine correctly to promote a product

Тема 4. Инвестиции в didgital-маркетинг. Investment in didgital marketing

1. Виды инвестиций
2. Платные инвестиционные площадки
3. Коммуникационные каналы связи
4. Виды контекстной рекламы

1. Types of investments
2. Paid investment platforms
3. Communication channels
4. The types of contextual advertising

Темы рефератов

1. Возникновение, черты и роль didgital-маркетинга в деятельности предприятия
2. Понятие интернет-маркетинга
3. Технологии поискового маркетинга и методы их оптимизации
4. Характеристика непоисковых методов продвижения товаров и услуг
5. Didgital-маркетинга для повышения эффективности привлечения клиентов
6. Особенности цифровой среды и каналы связи
7. Последние разработки и стратегии цифрового маркетинга
8. История цифрового маркетинга
9. Основные мероприятия цифрового маркетинга
10. Диджитализация современного мира

Topics of research papers

1. the Origin, features and role of didgital marketing in the company's activities
2. The concept of Internet marketing

3. Technology of search engine marketing and methods of optimization
4. Characteristics of non-search methods for promoting products and services
5. Didgital marketing to increase the effectiveness of attracting customers
6. features of the didgital environment and communication channels
7. Latest didgital marketing developments and strategies
8. The history of didgital marketing
9. Main didgital marketing activities
10. Didgitalization of the modern world

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-4	Способен создавать материалы (написание статей, сценариев, ведение колонки)	ПКр-4.1	Способность готовить аналитические материалы, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ПКр-4.1 Способность готовить аналитические материалы, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки	Знает основные технологии подготовки материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки). Умеет использовать технологии подготовки материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) Умеет отбирать информацию для подготовки аналитических материалов, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки Умеет разрабатывать аналитические материалы, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки	Продемонстрировано знание основных технологий подготовки материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки). Продемонстрировано применение технологий подготовки материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) Продемонстрировано умение отбирать информацию для подготовки аналитических материалов, которые можно будет использовать для написания статей, сценариев, ведение колонки Представлен аналитический отчет

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности
2. Концепция маркетинга взаимодействия
3. Формы прямого маркетинга
4. Эволюция Web
5. Интернет-сайт как инструмент маркетинга
6. Этапы создания веб-сайта
7. Выбор доменного имени для веб-сайта
8. Характеристика основных поисковых систем
9. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде
10. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
11. Методы внешней поисковой оптимизации
12. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
13. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
14. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
15. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение

Questions for the offset

1. The Internet as a medium for doing business
2. The concept of interaction marketing
3. Forms of direct marketing
4. The Evolution Of The Web
5. Internet website as a marketing tool
6. Stages of creating a website
7. Choosing a domain name for a website
8. Characteristics of the main search engines
9. Lead generation. The main principles and methods of attracting customers in virtual environment
10. Frontend. Essence, goals, types, and applications.
11. Methods of external search engine optimization
12. Affiliate marketing. Essence, goals, and application.
13. Management of the views of communities in social networks.
14. Online shopping. Essence, goals, types, and application.
15. Electronic payment systems. The nature, purpose, types, application

Задание к зачету

1. Ниже приведены ключевые термины в контекстной рекламе. Соотнесите наименование показателя с его расшифровкой:
   A) CPC
   B) CTR
   C) CPA
   D) ROI
   1) Показатель кликабельности объявления
   2) Показатель окупаемости инвестиций
   3) Модель оплаты за клик
   4) Показатель, отражающий стоимость за действие

2. Подготовьте материал по SEO - оптимизации. Расскажите о преимуществах и недостатках использования.
3. Проанализируйте этапы становления диджитализации и сделайте сравнительный анализ от периода возникновения до современных технологий

Task to offset

1. The following are key terms in contextual advertising.
Correlate the indicator name with its description:
A) SRS
B) CTRL
C) CPA
D) ROI
1) ad clickability Indicator
2) the Rate of return on investment
3) payment per click Model
4) an Indicator that reflects the cost per action

2. Prepare a material on SEO optimization. Tell us about the advantages and disadvantages of using it.
3. Analyze the stages of didgitalization formation and make a comparative analysis from the period of its origin to modern technologies.

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 «не зачтено» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 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 дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Студент допускается к зачету 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. «Не зачтено» 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.

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 самостоятельного изучения:

1. Диджитализация в современном мире
2. Современные понятия didgital-маркетинга
3. Инвестиции в didgital-маркетинг
4. Каналы didgital-маркетинга
5. Основные инструменты didgital-маркетинга

Questions for self-study:

1. Didgitalization in the modern world
2. Modern concepts of didgital marketing
3. Investment in didgital marketing
4. Channels of didgital marketing
5. The basic tools of didgital marketing

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 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. 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. 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.
3. Беленов О.Н, Практикум по международному маркетингу. - М.: ФЛИНТА, 2012. (ЭБС "Лань" http://e.lanbook.com/view/book/20235)
4. 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»
5. 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»
6. 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»

6.3. 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. Гаагская 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/l1415.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. 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]
2. 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
3. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами : учебник для бакалавриата и магистратуры / Российский экономический ун-т им. Г. В. Плеханова. - М. : ЮРАЙТ, 2015. - 572 с.
4. Международный бизнес. теория и практика. Учебник для бакалавров / Погорлецкий А.И. - Отв. ред., Сутырин С.Ф. - Отв. ред. - М.: Издательство Юрайт , 2014 - 733 с. - ЭБС "Юрайт" [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.EE4B3C29-7138-4973-9885-E3EE2703CDC9&type=c_pub]
5. Стрелкова, И. А. Мировая экономика : учебное пособие : рекомендовано УМО по образованию... по специальности "Мировая экономика". - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2011. – 265 с.
6. 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

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/.