

**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 «05» сентября 2016 г. № 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся  
инвалидов

Б1.В.ДВ.8.1 Международный маркетинг

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

Межд.марк.

(краткое наименование дисциплины)

41.03.01 Зарубежное регионоведение

(код, наименование направления подготовки)

Управление международными проектами и программами

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2016

Москва, 2016 г.

**Автор–составитель:**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры регионального управления  
Ласковец С.В.

**Заведующий кафедрой**

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

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	6
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.....	15
6.1. Основная литература.....	15
6.2. Дополнительная литература.....	16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	16
6.4. Нормативные правовые документы.....	16
6.5. Интернет-ресурсы.....	17
6.6. Иные источники.....	18
7. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	20
8. Материально-техническая база.....	21

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

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.8.1 Международный маркетинг обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	владением знаниями об основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности	ПК-5.3	Способность ориентироваться в основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности
ДПК-3	владением навыками маркетинговых исследований, анализа конкурентной среды, ресурсов проекта, формирования команды международного проекта, навыками рекламы, связей с общественностью, продвижения проектов (в том числе в информационных сетях)	ДПК-3.3	Способность разрабатывать проекты и программы с учетом маркетинговых исследований, анализа конкурентной среды, ресурсов проекта, формирования команды международного проекта, навыками рекламы, связей с общественностью, продвижения проектов (в том числе в информационных сетях)

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
осуществлять консультирование по общественно-политическим, социально-экономическим, социокультурным вопросам развития региона специализации	ПК-5.3	на уровне знаний: демонстрирует знания в области понятийного аппарата, концептуальных подходов к международному маркетингу
		на уровне умений: применяет современный маркетинговый инструментарий при разработке программ международного развития компаний
		на уровне навыков: разрабатывает маркетинговую политику
проводить маркетинговые исследования территорий, консультировать по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий	ДПК-3.3	на уровне знаний: демонстрирует целостное представление о месте, роли, сущности международного маркетинга и его инструментария, в процессе деятельности компаний на международной арене
		на уровне умений: оценивает зарубежный и российский опыт маркетинга и

	брендинга на международной арене
	на уровне навыков: анализирует зарубежный и российский опыт маркетинга и брендинга на международной арене

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

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ДВ.8.1 Международный маркетинг составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 36 часов: лекции – 18 часов, практические занятия – 18 часов. Самостоятельная работа составляет 36 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ДВ.8.1 Международный маркетинг предусмотрена в 7 семестре.

Б1.В.ДВ.8.1 Международный маркетинг входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.ОД.3 Мировая экономика и международные экономические отношения (4 семестр Б1.В.ДВ.3.3 Проектные ресурсы (5 семестр), Б1.В.ДВ.9.2 Основы проектной деятельности в социальных сетях (5 семестр), Б1.В.ДВ.19.1 Управление проектами и программами (5 семестр), Б1.В.ДВ.19.2 Управление проектами и программами (Project and programme management) (5 семестр), Б1.В.ДВ.15.1 Бенчмаркинг международного проекта (6 семестр), Б1.В.ДВ.15.2 Антикризисный менеджмент проектов (6 семестр), Б1.В.ДВ.15.3 Бизнес окружение и конкурентная среда проекта (6 семестр), Б1.В.ДВ.15.4 Бенчмаркинг международного проекта (The international project benchmarking) (6 семестр), Б1.В.ДВ.18.1 Основы маркетинга и рекламы (6 семестр), Б1.В.ДВ.18.2 Основы маркетинга и рекламы (Introduction to marketing and advertising) (6 семестр), Б1.В.ДВ.20.4 Формирование команды международного проекта (6 семестр), Б1.В.ДВ.20.5 Формирование команды международного проекта (International project team building) (6 семестр), Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (6 семестр).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для Б2.П.2 Научно-исследовательская работа (8 семестр), Б2.П.3 Преддипломная практика (8 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (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	Понятие международного маркетинга	12	4		2		6	О
Тема 2	Маркетинговые исследованиямеждународных рынков	12	4		2		6	О
Тема 3	Международные маркетинговые стратегии	12	4		2		6	О
Тема 4	Товарно-ценовая политика на международном рынке	12	2		4		6	О

Тема 5	Маркетинговые коммуникации на международных рынках	12	2		4		6	О
Тема 6	Особенности бренд-менеджмента на международной арене	12	2		4	Р	6	О, Т
Промежуточная аттестация								3
<b>Всего:</b>		72	18		18		36	

Примечание:

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

\*\*\* - формы промежуточной аттестации: зачет (З).

### Содержание дисциплины

#### Тема 1 Понятие международного маркетинга

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

#### Тема 2 Маркетинговые исследования международных рынков

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

#### Тема 3 Международные маркетинговые стратегии

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.

#### Тема 4 Товарно-ценовая политика на международном рынке

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.

#### Тема 5 Маркетинговые коммуникации на международных рынках

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

#### Тема 6. Особенности бренд-менеджмента на международной арене

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

### 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.ДВ.8.1 Международный маркетинг используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля
-------------------	--------------------------

		успеваемости
Тема 1	Понятие международного маркетинга	опрос
Тема 1	Маркетинговые исследования международных рынков	опрос
Тема 2	Международные маркетинговые стратегии	опрос
Тема 3	Товарно-ценовая политика на международном рынке	опрос
Тема 4	Маркетинговые коммуникации на международных рынках	опрос
Тема 5	Особенности бренд-менеджмента на международной арене	опрос
Тема 6	Понятие международного маркетинга	опрос, тестирование, защита реферата

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

При необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к зачёту, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачёте. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

#### 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,
- количество правильных ответов при тестировании.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

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, по результатам прохождения тестирования, защиты реферата

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

Материалы текущего контроля успеваемости предоставляются в формах, адаптированных к конкретным ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся:

для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла, в печатной форме на языке Брайля.

для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа.

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с

ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены РАНХиГС или могут использоваться собственные технические средства.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

*Вопросы темы для подготовки к опросам (дискуссиям) (темы докладов):*

#### **Тема 1 Понятие международного маркетинга**

1. \_Основные понятия, цели и задачи международного маркетинга.
2. \_Принципы маркетинга международных компаний.

#### **Тема 2 Маркетинговые исследования международных рынков**

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

#### **Тема 3 Международные маркетинговые стратегии**

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.

#### **Тема 4 Товарно-ценовая политика на международном рынке**

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.

#### **Тема 5 Маркетинговые коммуникации на международных рынках**

1. \_Комплекс маркетинговых коммуникаций.
2. \_Особенности коммуникативного процесса
3. \_ATL и BTL коммуникации
4. \_Особенности коммуникационной политики на международном рынке.

#### **Тема 6. Особенности бренд-менеджмента на международной арене**

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

*Примерные темы рефератов.*

1. Роль товара в маркетинговой политике международной компании (на примере).
2. Этапы адаптации товара/услуги на международном рынке (на примере).
3. Социально-этический маркетинг: понятие, основные принципы и задачи.
4. Маркетинг отношений: понятие, основные принципы и задачи.
5. Роль ценовой политики на международном рынке (на примере).
6. Проблемы организации системы сбыта на международном рынке (на примере).



7. Этнографические исследования в маркетинге.
8. Примеры применения методов маркетинговых исследований на международном рынке.
9. Концепции жизненного цикла товара.
10. Цели и задачи маркетинга территорий на международном рынке. Примеры реализации.
11. Адаптационные изменения структуры внешних связей предприятий, вызванные процессами интернализации.
12. Ассортиментная политика международных компаний.
13. Возможности маркетинга в процессе разработки проектов международного сотрудничества.
14. Возможные условия и риски, связанные с выходом на международный рынок
15. Глобализация и проблемы, создаваемые ею для России.
16. Дизайн и упаковка экспортного товара.
17. Источники информации о международных рынках.
18. Каналы товародвижения в международной торговле.
19. Коммуникативные стратегии в международном маркетинге.
20. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке.
21. Маркетинг в обеспечении конкурентоспособности регионов.
22. Маркетинговые исследования при выходе на международный рынок.
23. Маркетинговые средства коммуникаций.
24. Маркетинговые стратегии на международном рынке.
25. Проблемы маркетинга при реализации международных проектов.
26. Проблемы, стратегия и методы маркетинговой коммуникации на международном рынке.
27. Рекламные кампании на международных рынках.
28. Сервисная политика в международном маркетинге.
29. Среда международного маркетинга
30. Среда международного маркетинга.
31. Стратегии адаптации товара на внешнем рынке.
32. Стратегии входа на международный рынок.
33. Целесообразность выхода на внешний рынок, методы выхода на внешний рынок.
34. Ценовые стратегии в международном маркетинге.

*Пример тестовых заданий.*

**1) Термин «многонациональный маркетинг»:**

- а) тождественен термину «международный маркетинг»
- б) маркетинговая деятельность, проводимая во многих странах
- в) применим к маркетингу на предприятиях, на которых работают люди разных национальностей.
- г) тождественен термину «глобальный маркетинг»

**2) Глобальный маркетинг применяется к товарам:**

- а) производственного назначения
- б) потребление которых не зависит от национальных особенностей
- в) престижным товарам
- г) технически сложным товарам

**3) Первым этапом процесса интернализации хозяйственной деятельности является:**

- а) развитие производительных сил
- б) международное разделение труда
- в) международная экономическая интеграция
- г) научно-технический процесс

**4) К каким факторам относится экономическое состояние страны:**

- а) к контролируемым
- б) к неконтролируемым
- в) к тем и к другим
- г) нет правильного ответа

**5) Компонентом глобализации мировой экономики не является:**

- а) миграция рабочей силы
- б) формирование глобальной инфраструктуры
- в) протекционизм отдельных государств
- г) все выше перечисленные ответы

**6) Наличие ресурсов (сырья, материалов, энергии, трудовых ресурсов и т.п.)**

**для развития производства относится к:**

- а) экономическим факторам среды международного маркетинга
- б) политическим факторам среды международного маркетинга
- в) социально-культурным факторам среды международного маркетинга
- г) контролируемым факторам среды международного маркетинга

**7) Что из ниже перечисленного относится к причинам, побуждающим**

**компаний к выходу на международный рынок:**

- а) большой спрос на отечественном рынке
- б) снижение зависимости от неблагоприятных ситуаций на внутреннем рынке
- в) отсутствие спроса на внутреннем рынке
- г) развитие коммерческих операций

**8) К товарам, сервису, рекламе в международном маркетинге предъявляются:**

- а) менее высокие требования, чем на отечественном рынке
- б) более высокие требования, чем на отечественном рынке
- в) такие же требования, как на отечественном рынке
- г) никаких требований

**9) В международном маркетинге происходит ориентация на потребности:**

- а) иностранных потребителей
- б) отечественных потребителей
- в) производства
- г) отечественных и иностранных потребителей

**10) Стиль управления относится к:**

- а) социально-культурным факторам среды международного маркетинга
- б) политическим факторам среды международного маркетинга
- в) экономическим факторам среды международного маркетинга
- г) контролируемым факторам среды международного маркетинга

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции 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
ПК-5	владением знаниями об основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов	ПК-5.3	Способность ориентироваться в основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности

	современности		
ДПК-3	владением навыками маркетинговых исследований, анализа конкурентной среды, ресурсов проекта, формирования команды международного проекта, навыками рекламы, связей с общественностью, продвижения проектов (в том числе в информационных сетях)	ДПК-3.3	Способность разрабатывать проекты и программы с учетом маркетинговых исследований, анализа конкурентной среды, ресурсов проекта, формирования команды международного проекта, навыками рекламы, связей с общественностью, продвижения проектов (в том числе в информационных сетях)

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-5.3 Способность ориентироваться в основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности	Анализ интересов, политических решений, стратегий и действий зарубежных акторов, анализ международных проектов, анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров)	Ориентируется в основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности Дает оценку тенденциям развития ключевых интеграционных процессов современности
ДПК-3.3 Способность разрабатывать проекты и программы с учетом маркетинговых исследований, анализа конкурентной среды, ресурсов проекта, формирования команды международного проекта, навыками рекламы, связей с общественностью, продвижения проектов (в том числе в информационных сетях)	Разработка плана и графика реализации проекта, планирование и оптимизация ресурсов, составление сметы проекта	Демонстрирует потенциальный международный проект с учетом маркетинговых исследований, анализа конкурентной среды, ресурсов проекта, формирования команды международного проекта, навыками рекламы, связей с общественностью, продвижения проектов (в том числе в информационных сетях)

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены или могут использоваться собственные технические средства;

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме на языке Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика).

Доступная форма предоставления заданий оценочных средств: в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода).

Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно на языке Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

##### **Вопросы к зачету**

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.

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, умения работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умения соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### 4.4. Методические материалы

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.

Тестирование обеспечивает контроль за знаниями обучающихся, способствует развитию умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы. Основными критериями оценки являются самостоятельность, правильность и скорость ответа на вопрос.

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

*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).

*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.

#### *Методические указания по подготовке к тестированию:*

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

## **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. Акулич И.Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ И.Л. Акулич— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/28128.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Санжаровский К.В. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ К.В. Санжаровский, М.А. Шемчук— 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»

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Гареев Т.Р. Основы международного маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.Р. Гареев— Электрон. текстовые данные.— Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009.— 244 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/3165.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Дейнекин Т.В. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.В. Дейнекин, Т.П. Серебровская, А.А. Романов— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2009.— 78 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/10892.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Зобов А.М. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.М. Зобов— 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»
4. Лашко С.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.И. Лашко, Е.С. Буркот— 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. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ М.Э. Сейфуллаева— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/8095.html>.— ЭБС «IPRbooks»
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>

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

1. Агапов, В. С. . Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. 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»
3. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. 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»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств (ETS N 148) (Страсбург, 5 ноября 1992 года)
2. Модельный закон об основах региональной политики (Принят в г. Санкт-Петербурге 28.11.2014 Постановлением 41-8 на 41-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ)
3. Меморандум о взаимопонимании в области межрегионального и приграничного сотрудничества между Министерством регионального развития Российской Федерации и Государственным комитетом Китайской Народной Республики по развитию и реформам" (Подписан в г. Шанхае 20.05.2014)
4. Меморандум о взаимопонимании между Министерством регионального развития Российской Федерации и Министерством регионального развития и строительства



- Республики Молдова в области межрегионального сотрудничества" (Подписан в г. Москве 11.09.2012)
5. Решение Экономического совета СНГ "О проекте по подготовке региональных программ и проектных предложений по решению глобальных экологических проблем" (Принято в г. Москве 20.03.2012)
  6. Меморандум о взаимопонимании по развитию морских магистралей в регионе государств-членов Черноморского экономического сотрудничества (Белград, 19 апреля 2007 года)
  7. "Модельный закон об основах этнокультурного взаимодействия государств-участников СНГ" (Принят в г. Санкт-Петербурге 18.04.2014 Постановлением 40-13 на 40-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ)
  8. Рекомендация N R (2005) 3 Комитета министров Совета Европы "О преподавании языков сопредельных государств в приграничных регионах" (Принята 02.02.2005 на 913-ом заседании представителей министров)
  9. "Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Венгрии о содействии межрегиональному сотрудничеству" (Заклучено в г. Будапеште 17.02.2015)
  10. "Программа межрегионального и приграничного сотрудничества между Российской Федерацией и Республикой Казахстан на 2012 - 2017 годы" (Принята в г. Астрахани 15.09.2011)
  11. "Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Литовской Республики о долгосрочном сотрудничестве Калининградской области Российской Федерации и регионов Литовской Республики" (Заклучено в г. Москве 29.06.1999)
  12. "Евросредиземноморское соглашение, учреждающее ассоциацию между Алжирской Народной Демократической Республикой, с одной Стороны, и Европейским сообществом и его государствами-членами, с другой Стороны" (Заклучено в г. Валенсии 22.04.2002)

### 6.5. Интернет-ресурсы

1. BIBLIOPHIKA. Электронная библиотека ГПИБ России. Режим доступа: <http://www.bibliofika.ru/>
2. IQlib – электронно-библиотечная система. Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>
3. Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова. Режим доступа: <http://lib.ru/>
4. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
5. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
7. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
8. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Библиотека. Режим доступа: <http://window.edu.ru/library>
9. Институт государства и права Российской Академии Наук – [www.igpen.shpl.ru](http://www.igpen.shpl.ru)
10. Каталог Научной Библиотеки МГУ. Режим доступа: <http://search.nbmggu.ru/search/>
11. Лункин Р.Н. Российский протестантизм: евангельские христиане как новый социальный феномен//Режим доступа <http://www.sov-europe.ru/2014-3.htm>
12. Научная библиотека МГУ им. М.В.Ломоносова – [www.nbmggu.ru](http://www.nbmggu.ru)
13. Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета - [www.lib.pu.ru](http://www.lib.pu.ru)

14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
15. Научная электронная библиотека ГПНТБ (каталог Государственной Публичной научно-технической библиотеки) России. Режим доступа: <http://ellib.gpntb.ru/>
16. Национальная электронная библиотека. Режим доступа: <http://www.rusneb.ru/>
17. Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина режим доступа: <http://www.prilib.ru/>
18. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
19. Университетская библиотека. Режим доступа: <http://www.bibliclub.ru/>
20. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
21. Цуркан А.А. Европа: исламский радикализм vs модернизация ислама//Режим доступа: <http://www.sov-europe.ru/2014-2.htm>
22. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>; Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>
23. Электронная библиотека "Научное наследие России». режим доступа: <http://nasledie.enip.ras.ru/index.html>
24. Электронная библиотека TWIRPX. Режим доступа: <http://www.twirpx.com/>
25. Электронная Библиотека ГГУ. Полнотекстовые зарубежные базы данных. Режим доступа: [http://library.guu.ru/Full\\_text\\_foreign\\_database.html](http://library.guu.ru/Full_text_foreign_database.html)
26. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ). Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>
27. Электронный фонд Российской национальной библиотеки (РНБ). Режим доступа: <http://leb.nlr.ru/>, <http://www.nlr.ru:8101/poisk/index.html#1>

#### 6.6. Иные источники

1. Бажанов, Е. П. Международные отношения в XXI веке - М.: Восток-Запад, 2011. – 464 с.
2. Дарков А.А. Фактор мирового финансового кризиса при разрешении хозяйственных, налоговых и трудовых споров [Электронный ресурс]/ А.А. Дарков, А.П. Зрелов, В.И. Миронов— Электрон. текстовые данные.— М.: ЭкООнис, 2013.— 120 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/23715.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Ершов В.В., Ашмарина Е.М., Корнев В.Н. Экономическое право как мегаотрасль российского права: его предмет и система // Государство и право. 2015. № 7. С. 5-16. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=23854014>
4. Звонова Е.И. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.И. Звонова, И.Е. Медушевская— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 274 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/19285.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Кабанов А.Е. Мировая экономика [Электронный ресурс]: курс лекций/ А.Е. Кабанов— Электрон. текстовые данные.— Иркутск: Иркутский филиал Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодёжи и туризма, 2012.— 161 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/15683.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Калинкина Г.Е. Международная торговля в системе мировой экономики. ВТО. Содействие управлению торговыми потоками [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Г.Е. Калинкина, И.Ю. Трибушный— Электрон. текстовые данные.—

- Саратов: Вузовское образование, 2014.— 229 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/20420.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Калинин О.И. Мировая экономика [Электронный ресурс]: курс лекций/ О.И. Калинин— Электрон. текстовые данные.— М.: Издательский Дом МИСиС, 2012.— 250 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/56249.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  8. Кациель С.А. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.А. Кациель— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012.— 146 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/12698.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  9. Ломакин В.К. Мировая экономика [Электронный ресурс]: учебник/ В.К. Ломакин— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 671 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/15400.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  10. Пашковская М.В. Мировая экономика [Электронный ресурс]: учебник/ М.В. Пашковская, Ю.П. Господарик— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.— 528 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/17026.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  11. Пономарева Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Е.С. Пономарева, Л.А. Кривенцова, П.С. Томилов— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 287 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/8098.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  12. Право международных организаций [Электронный ресурс]: учебник/ И.П. Блищенко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2013.— 600 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22210.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  13. Сухарев О.С. Эволюционная экономика. Институты – структура, кризисы – рост, технологии – эффективность - М.: Финансы и статистика, 2012/ - ЭБС "Лань" [<http://e.lanbook.com/view/book/28367>]
  14. Цыганков П.А. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие : допущено УМО - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. – 336 с.
  15. Чеботарев Н.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Н.Ф. Чеботарев— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 350 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/24797.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  16. Шабунова, А. А. Благополучие населения: тенденции и перспективы / Федеральное агентство научных организаций ; Российская академия наук, Ин-т социально-экономического развития территорий РАН. - Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. - 124 с.
  17. Щербанин Ю.А. Мировая экономика [Электронный ресурс]: учебник/ Ю.А. Щербанин, В.М. Грибанич, А.В. Дрыночкин— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 519 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/8097.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  18. Law and Economics / Deakin S., Pistor K.// Journal of Economic Literature. Vol. 50, No. 3 (SEPTEMBER 2012), pp. 879-881 - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/23270503>
  19. Stephanie Lee Mudge and Antoine Vauchez Building Europe on a Weak Field: Law, Economics, and Scholarly Avatars in Transnational Politics // American Journal of Sociology. Vol. 118, No. 2 (September 2012), pp. 449-492 - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/10.1086/666382>

## **7. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

7.1 Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по практике (включая электронные базы периодических изданий), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

7.2. Информация о местах прохождения практики и о содержании практики размещается на сайте информационно-коммуникационной сети Интернет.

Места проведения практик: Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Федеральная служба в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, Федеральное агентство по делам национальностей, Аналитический центр РАНХиГС, Постоянное представительство КЧР при президенте РФ, Центр международного сотрудничества, АНО Евразийский институт социально-политических исследований, Московский дом национальностей и другие.

7.3. Для контактной и самостоятельной работы используются следующие мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

7.4. Обучающиеся обеспечиваются следующим комплектом программного обеспечения, адаптированного для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов:

для обучающихся с нарушениями зрения:

MAGiC (программа для экранного чтения и увеличения);

JAWSforWindows (программа для чтения с экрана компьютера);

для обучающихся с нарушениями слуха:

программы звукоусиления;

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

программы для обеспечения работы альтернативных устройств ввода информации.

### **8. Материально-техническая база**

Обеспечивается возможность беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория располагается на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- с нарушениями зрения:

принтер Брайля braille embosser everest-dv4;

электронный ручной видеоувелечитель САНЭД;

дисплей Брайля Focus 40 Blue;

устройство для сканирования и чтения с камерой SARACE;

- с нарушениями слуха:

средства беспроводной передачи звука (FM-системы);

акустический усилитель и колонки;

- с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

передвижные, регулируемые эргономические парты с источником питания для индивидуальных технических средств;

других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.