

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

**Суслова Ю.Ю.**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Международный маркетинг

Направление подготовки /  
специальность 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки  
38.03.06.01 "Коммерция"  
заочная форма обучения

Направленность  
(профиль)

Форма обучения заочная

Год набора 2017

Красноярск 2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки 38.03.06.01

---

"Коммерция"

---

заочная форма обучения

---

2017 год набора

---

Программу  
составили

---

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины «Международный маркетинг» - дать знания принципиального характера по использованию международного маркетинга в условиях глобализации, интернационализации бизнеса. Материалы данного курса раскрывают основные принципы и формы международной маркетинговой деятельности в современных условиях; выявляют специфику методов, средств и инструментов международного маркетинга в целом и для России в частности.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- изучение концепции международного маркетинга, ее эволюции и специфики;
- выявление специфики международной маркетинговой среды;
- изучение направлений маркетинговой деятельности предприятий на зарубежных рынках;
- рассмотрение направлений применения маркетингового инструментария на зарубежных рынках, в том числе товарной, ценовой политики, системы распределения и продвижения продукции предприятия;
- изучение аспектов реализации стратегии маркетинга на зарубежном рынке;
- исследование процесса управления международной маркетинговой деятельностью.

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

<b>ОК-6: способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности</b>	
Уровень 1	особенности страновых законодательных норм и стандартов ведения коммерческой деятельности
Уровень 1	применять нормативно правовой инструментарий в процессе разработки маркетинговых стратегий на международных рынках
Уровень 1	способами критического анализа выбора выхода предприятия на внешние рынки;
Уровень 2	методиками оценки результативности применения инструментов маркетинга в международной среде с учетом правовых норм
<b>ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии</b>	

<b>организации</b>	
Уровень 1	-сущность и последовательность разработки стратегии организации на внешних рынках;
Уровень 2	-методические подходы к разработке стратегий выхода предприятия на международные рынки;
Уровень 3	виды маркетинговых стратегий и методы их оценки на международном рынке.
Уровень 1	: разрабатывать и оценивать стратегию предприятия в современных социально-экономических условиях с ориентацией на международный рынок;
Уровень 1	методами стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия;
Уровень 2	навыками разработки стратегии организации и оценки ее реализации на международном рынке.

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

«Международный маркетинг» (Б1.В.ДВ.09.02) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень академический бакалавриат), входит в блок вариативной части дисциплин по выбору.

Предшествующие дисциплины  
 Конкуренция на товарных рынках  
 Коммерческая деятельность  
 Маркетинг

Последующие дисциплины  
 Международная торговля  
 Международные транспортные операции  
 Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		6
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 (108)</b>	<b>3 (108)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>0,5 (18)</b>	<b>0,5 (18)</b>
занятия лекционного типа	0,22 (8)	0,22 (8)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,28 (10)	0,28 (10)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,39 (86)</b>	<b>2,39 (86)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>	<b>0,11 (4)</b>	<b>0,11 (4)</b>

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Международный маркетинг	8	10	0	86	ОК-6 ПК-9
Всего		8	10	0	86	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Концепция, сущность международного маркетинга	2	0	0
2	1	Международная маркетинговая среда.	2	0	0
3	1	Маркетинговые исследования на мировых рынках	2	0	0
4	1	Особенности международной сегментации.	2	0	0
5	1	Товарная политика в международном маркетинге	0	0	0
6	1	Ценовая политика в международном маркетинге.	0	0	0
7	1	Сбытовая политика в международном маркетинге.	0	0	0

8	1	Политика продвижения в международном маркетинге.	0	0	0
9	1	Управление международным маркетингом	0	0	0
10	1	Международное сотрудничество	0	0	0
Всего			0	0	0

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Концепция, сущность международного маркетинга	0	0	0
2	1	Международная маркетинговая среда.	0	0	0
3	1	Маркетинговые исследования на мировых рынках	0	0	0
4	1	Особенности международной сегментации.	1	0	0
5	1	Товарная политика в международном маркетинге	2	0	0
6	1	Ценовая политика в международном маркетинге.	2	0	0
7	1	Сбытовая политика в международном маркетинге.	3	0	0
8	1	Политика продвижения в международном маркетинге.	2	0	0
9	1	Управление международным маркетингом	0	0	0
10	1	Международное сотрудничество	0	0	0
Всего			10	0	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Кобелев О. А., Пирогов С. В.	Электронная коммерция: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012
Л1.2	Брагин Л. А., Панкина Т. В.	Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2014
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Авдеева В. Н.	Что и как продать самым маленьким покупателям: практ. пособие	М.: Дашков и К, 2012
Л2.2	Смоленцева Л. Т.	Технологические планировки торговых залов: учеб. справ. по дисциплине "Организация, технология и проектирование предприятий" для студентов направления подготовки 080300.62, 100700.62 всех форм обучения	Красноярск: СФУ, 2012

## 7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Академия маркетинга	<a href="http://www.marketingacademy.ru">www.marketingacademy.ru</a>
Э2	Маркетинговые исследования	<a href="http://www.kartel-upgro.ru">www.kartel-upgro.ru</a>
Э3	Гильдия маркетологов	<a href="http://www.marketologi.ru">www.marketologi.ru</a>
Э4	Ивент–маркетинг	<a href="http://www.event-marketing.ru">www.event-marketing.ru</a>



Э5	Маркетинг журнал 4p	www.4p.ru
Э6	Маркетинговые исследования и аналитические материалы	www.russianmarket.ru

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине «Международный маркетинг»:

### **1. Лекции.**

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Международный маркетинг» - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

В процессе изложения учебного материала по дисциплине «Международный маркетинг» применяются следующие виды лекций:

1) Вводная лекция - дает первое целостное представление об учебном предмете «Международный маркетинг» и ориентирует студента в системе работы по данному курсу. Основная цель - ознакомить студентов с назначением и задачами курса «Международный маркетинг», его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки бакалавров. Дается краткий обзор курса, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках курса, а также дается анализ учебно-методической литературы, рекомендуемой студентам, уточняются сроки и формы отчетности.

2) Лекция-информация. Данные лекционные занятия ориентированы на изложение и объяснение студентам научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию.

3) Проблемная лекция. На таких лекциях новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

4) Лекция-визуализация. Занятия представляют собой визуальную форму подачи лекционного материала с помощью аудио и видеотехники. Чтение лекций сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов (слайдов в виде схем, графиков, моделей).

#### 2. Практические занятия по решению задач.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины «Международный маркетинг». На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, используемые при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

#### 3. Семинарские занятия.

Семинарские занятия по дисциплине «Международный маркетинг» формируют исследовательский подход к изучению учебного материала. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка.

#### 4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины «Международный маркетинг».

Итоговый контроль знаний студентов включает зачет (итоговая аттестация по дисциплине).

#### 5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине «Международный маркетинг» включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к семинарским или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Международный маркетинг» заключается в необходимости подготовки студентов к семинарским и практическим занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, написание рефератов по проблемным вопросам маркетинга.

Минимальный удовлетворительный уровень знаний, приобретенных после изучения курса «Международный маркетинг», предполагает прочное усвоение всех экономических категорий, их состава, назначения методов определения и применения, а также изучения их взаимосвязей в динамике. Высокий уровень усвоения содержания дисциплины требует системы знаний экономического кругозора, умения использования рыночных категорий, в изучении процессов и взаимосвязей в маркетинговой практике.

В качестве промежуточного контроля знаний по дисциплине рекомендуется использовать:

- контрольные работы;
- письменные домашние задания;
- расчетно-аналитические задания;
- написание реферата;
- подготовка докладов выступлений по рефератам;
- промежуточное тестирование по отдельным разделам

дисциплины.

Рекомендуемые формы текущего контроля ставят своей целью закрепление теоретических вопросов, рассмотренных на лекциях, углубление знаний по отдельным вопросам дисциплины и получение навыков организации самостоятельной исследовательской работы. Подготовка студентом доклада, выступления, реферата предполагает самостоятельный выбор индивидуального задания в рамках темы семинарского занятия, подбор дополнительной литературы по теме, ее изучение, подготовка сообщения на семинаре, участие в общей дискуссии. К семинару студент также готовит письменное эссе по выбранной им проблеме по формату научной публикации.

Выполнение минимум одного письменного эссе по выбранной проблеме, а также успешная защита реферата является обязательным условием допуска студента к зачету по дисциплине.

В качестве итогового контроля предусмотрен зачет по открытым вопросам в соответствии с темами курса.

В соответствии с рабочим учебным планом формами контроля усвоения дисциплины «Международный маркетинг» является зачет.

Целью зачета является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса, овладения ими методологией маркетингового анализа.

Зачет по дисциплине «Международный маркетинг» может проводиться в зависимости от целесообразности и успеваемости студентов в течение учебного семестра в следующих формах:

1. В виде тестирования по основным разделам курса;
2. В письменном виде (письменный ответ студентов на представленные преподавателем вопросы и задания);

3. В форме интервью по основным вопросам курса.

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.2	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.3	Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

### **9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем**

9.2.1	Бакалаврам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.2	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.3	Electronic Books Database – Книжная поисковая система: <a href="http://www.ebdb.ru/">http://www.ebdb.ru/</a>
9.2.4	Антиплагиат. ВУЗ: <a href="http://sfukras.antiplagiat.ru">http://sfukras.antiplagiat.ru</a>
9.2.5	Библиотека учебной и научной литературы: <a href="http://www.i-u.ru/biblio">http://www.i-u.ru/biblio</a>
9.2.6	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
9.2.7	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
9.2.8	Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина: <a href="http://www.prlib.ru">http://www.prlib.ru</a>
9.2.9	Российское образование. Федеральный портал: <a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a>
9.2.1 0	РУССКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНТЕРНЕТ-УНИВЕРСИТЕТ
9.2.1 1	Университетская библиотека онлайн: <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>
9.2.1 2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ): <a href="http://uisrussia.msu.ru">http://uisrussia.msu.ru</a>
9.2.1 3	Электронная библиотека "НЭЛБУК": <a href="http://www.nelbook.ru/">http://www.nelbook.ru/</a>
9.2.1 4	Электронная библиотека РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина: <a href="http://elib.gubkin.ru">http://elib.gubkin.ru</a>
9.2.1 5	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <a href="http://www.znaniium.com">http://www.znaniium.com</a>
9.2.1 6	Электронно-библиотечная система «Лань»: <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
9.2.1 7	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>
9.2.1 8	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <a href="http://elcat.kgtei.ru:82/">http://elcat.kgtei.ru:82/</a>

9.2.1 9	Локальные базы данных
9.2.2 0	КонсультантПлюс;
9.2.2 1	Электронный каталог НБ СФУ;
9.2.2 2	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
9.2.2 3	Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
9.2.2 4	Электронный каталог Библиотеки института вычислительного моделирования СО РАН;
9.2.2 5	Электронный каталог Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева;

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).