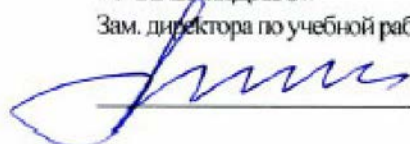


Космический факультет
Кафедра «Экономика и управление» (К-4)

«УТВЕРЖДАЮ»

Зам. директора по учебной работе МФ, д.т.н.

 Макуев В.А.

« 29 » _____ апреля _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление подготовки
38.04.01 «Экономика»

Направленность подготовки
«Мировая экономика»

Квалификация выпускника
Магистр

Форма обучения – очная
Срок освоения – 2 года
Курс – II
Семестр – 4

Трудоемкость дисциплины: – 3 зачетные единицы
Всего часов – 108 час.
Из них:
Аудиторная работа – 54 час.
Из них:
лекций – 18 час.
практических занятий – 36 час.
Самостоятельная работа – 54 час.
Формы промежуточной аттестации:
дифференцированный зачет – 4 семестр

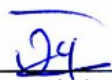
Мытищи, 2019 г.

Рабочая программа составлена на основании ОПОП ВО, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, направленностью подготовки, нормативными документами Министерства науки и высшего образования, университета и локальными актами филиала.

Автор:

доцент, к.э.н.

(должность, ученая степень, ученое звание)


(подпись)
«08» 08 2019г.

Е.А. Тихомиров

(Ф.И.О.)

Рецензент:

Генеральный директор

ООО «Гольфстрим»

(должность, ученая степень, ученое звание)


(подпись)
«08» 08 2019г.

П.К. Орлов

(Ф.И.О.)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономика и управления» (К-4)

Протокол № 7 от «17» 09 2019г.

Заведующий кафедрой, к.э.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

Е.Б. Назаренко


(Ф.И.О.)

Рабочая программа одобрена на заседании научно-методического совета космического факультета

Протокол № 6 от «14» 09 2019г.

Декан факультета, к.т.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

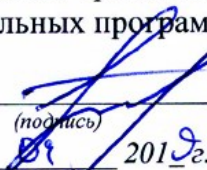
Н.Г. Поярков

(Ф.И.О.)

Рабочая программа соответствует всем необходимым требованиям, электронный вариант со всеми приложениями передан в отдел образовательных программ МФ (ООП МФ)

Начальник ООП МФ, к.т.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)
«19» 09 2019г.

А.А. Шевляков

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

ВЫПИСКА ИЗ ОПОП ВО	4
1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
1.1. Цель освоения дисциплины	5
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	8
3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
3.1. Тематический план	9
3.2. Учебно-методическое обеспечение для контактной работы обучающихся с преподавателем	10
3.2.1. Содержание разделов дисциплины, объем в лекционных часах	10
3.2.2. Практические занятия	12
3.2.3. Лабораторные работы	15
3.2.4. Инновационные формы учебных занятий	15
3.3. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	15
3.3.1. Расчетно-графические работы и домашние задания	14
3.3.2. Рефераты	16
3.3.3. Контрольные работы	16
3.3.4. Рубежный контроль	16
3.3.5. Другие виды самостоятельной работы	16
3.3.6. Курсовая работа	16
4. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17
4.1. Текущий контроль успеваемости обучающихся	17
4.2. Промежуточная аттестация обучающихся	17
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	18
5.1. Рекомендуемая литература	18
5.1.1. Основная и дополнительная литература	18
5.1.2. Учебные и учебно-методические пособия для подготовки к контактной работе обучающихся с преподавателем и для самостоятельной работы обучающихся	18
5.1.3. Нормативные документы	18
5.1.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и другие электронные информационные источники	18
5.2. Информационные технологии и другие средства, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	20
5.3. Раздаточный материал	20
5.4. Примерный перечень вопросов по дисциплине	20
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА	23
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	24
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ	27

Выписка из ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика», направленности подготовки «Мировая экономика» для учебной дисциплины «Маркетинг во внешнеэкономической деятельности»:

Индекс	Наименование дисциплины и ее основные разделы	Всего часов
Б1.В.08	<p>Маркетинг во внешнеэкономической деятельности</p> <p>Специфика международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга.</p> <p>Экономическая, политико-правовая и культурная среда международного маркетинга.</p> <p>Решение о целесообразности выхода на внешний рынок. Международные маркетинговые исследования.</p> <p>Решение о методах выхода на внешний рынок. Совместное предпринимательство.</p> <p>Решение о структуре комплекса маркетинга. Решения в области ценообразования.</p> <p>Ценовая политика на мировом рынке. Стандартизация продвижения на внешних рынках.</p> <p>Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга.</p> <p>Современная мировая торговля. Организация управления внешнеэкономическими связями РФ.</p> <p>Инструменты и методы государственного регулирования ВЭД. Таможенные платежи и тарифы.</p>	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения данной дисциплины является получение углубленных знаний о маркетинге во внешнеэкономической деятельности. Обучающиеся в магистратуре в данном курсе получают знания о теории и практике маркетинговой деятельности российских предприятий на международных рынках. При этом осуществляется формирование целостных представлений о системе международного маркетинга и правовых документов, регулирующих данную сферу международных отношений.

1.2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

научно-исследовательская деятельность:

- разработка рабочих планов и программ проведения научных исследований и разработок, подготовка заданий для групп и отдельных исполнителей;
- разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов;
- подготовка данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций;
- сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;
- организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;
- разработка теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

педагогическая деятельность:

- преподавание экономических дисциплин в образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организациях;
- разработка учебно-методических материалов.

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО или их элементов):

Профессиональные компетенции:

- ПК-3** – способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.
- ПК-4** – способностью представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада.
- ПК-13** – способностью применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (ЗУНов), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями):

По компетенции **ПК-3, ПК-4** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные результаты новейших исследований по проблемам международного маркетинга;
- модели поведения экономических агентов и рынков;
- основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления рекламной деятельностью;
- основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития;
- порядок оформления научной статьи.

УМЕТЬ:

- управлять процессом маркетинговой деятельности на внешнем рынке;
- осуществлять анализ и разработку стратегии международного маркетинга на основе современных методов и передовых научных достижений;
- выявлять перспективные направления научных исследований;
- обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;
- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
- проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;
- сделать доклад по результатам своего исследования.

ВЛАДЕТЬ:

- методологией и методикой проведения научных исследований;
- навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
- методикой построения организационно-управленческих моделей международной деятельности;
- информационными технологиями для прогнозирования и управления международным маркетингом;
- активными методами преподавания управленческих дисциплин;
- способностью самостоятельно разрабатывать и реализовывать научно обоснованную стратегию и тактику работы в процессе написания научной работы.

По компетенции **ПК-13** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- правовые и нормативные основы функционирования системы образования;
- основы учебно-методической работы в высшей школе;
- основы педагогической культуры и мастерства.

УМЕТЬ:

- формировать общую стратегию изучения дисциплины на основе деятельностного методологического подхода;
- активизировать познавательную и практическую деятельность студентов на основе методов и средств интенсификации обучения.

ВЛАДЕТЬ:

- методикой и технологией проведения различных видов учебных занятий;
- техникой речи и правилами поведения при проведении учебных занятий;
- правилами и техникой использования технических средств обучения при проведении занятий по учебной дисциплине;
- методикой самооценки и самоанализа результатов и эффективности проведения аудитор-

ных занятий различных видов.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях дисциплин «Регулирование ВЭД», «Международные экономические отношения (продвинутый курс)», «Россия в мировой экономике», «Внешняя торговля России».

Полученные при изучении данной дисциплины знания, умения и навыки будут использоваться при изучении дальнейших дисциплин по учебному плану, а также при написании ВКР.

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины: в зачетных единицах – 3 з.е., в академических часах – 108 ак.час.

Вид учебной работы	Часов		Семестр
	всего	в том числе в инновационных формах	4
Общая трудоемкость дисциплины:	108	6	108
Аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	54	6	54
Лекции (Л)	18	-	18
Практические занятия (Пз)	36	6	36
Самостоятельная работа обучающихся:	54	-	54
Проработка прослушанных лекций и учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку, изучение рекомендуемой литературы (Л) – 9	4	-	4
Подготовка к практическим занятиям (Пз) – 18	9	-	9
Выполнение расчетно-графических (РГР) и домашних заданий (Дз) – 2	12	-	12
Написание рефератов (Р) – 1	3	-	3
Выполнение других видов самостоятельной работы (Др)	26	-	26
Форма промежуточной аттестации	ДЗач	-	ДЗач

Часы на внеаудиторные виды контактной работы обучающихся с преподавателем выделяются из самостоятельной работы обучающихся и часов, выделенных на промежуточную аттестацию, в соответствии с нормативами нагрузки преподавателей, утверждаемыми в университете ежегодно.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции или их части	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа обучающегося и формы ее контроля			Текущий контроль результатов обучения и промежуточная аттестация, баллов по модулям (мин./макс.)		
			Л, часов	№ Пз	№ Лр	№ РГР (Дз)	№ Р	Др часов			
4 семестр											
1.	Специфика международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	1, 2	–	–	–	2	12/20		
2.	Экономическая, политико-правовая и культурная среда международного маркетинга.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	3, 4	–	–	1				
3.	Решение о целесообразности выхода на внешний рынок. Международные маркетинговые исследования.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	5, 6	–	–	–				
4.	Решение о методах выхода на внешний рынок. Совместное предпринимательство.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	7, 8	–	–	–	2	12/20		
5.	Решение о структуре комплекса маркетинга. Решения в области ценообразования.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	9, 10	–	1	–				
6.	Ценовая политика на мировом рынке. Стандартизация продвижения на внешних рынках.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	11, 12	–	–	–				
7.	Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	13, 14	–	–	–				
8.	Современная мировая торговля. Организация управления внешнеэкономическими связями РФ.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	15, 16	–	2	–				
9.	Инструменты и методы государственного регулирования ВЭД. Таможенные платежи и тарифы.	ПК-3, ПК-4, ПК-13	2	17, 18	–	–	–	2	18/30		
Итого текущий контроль результатов обучения в 4 семестре										42/70	
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)										18/30	
ИТОГО									60/100		

3.2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ КОНТАКТНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ

На аудиторную работу обучающихся с преподавателем, согласно учебному плану, отводится – 54 часа.

Аудиторная работа обучающихся с преподавателем включает в себя:

- лекции – 18 часов;
- практические занятия – 36 часов;
- написание курсовой работы – 36 часов.

Часы на внеаудиторные виды контактной работы обучающихся с преподавателем выделяются из самостоятельной работы обучающихся и часов, выделенных на промежуточную аттестацию, в соответствии с нормативами нагрузки преподавателей, утверждаемыми в университете ежегодно.

3.2.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ, ОБЪЕМ В ЛЕКЦИОННЫХ ЧАСАХ (Л) – 18 ЧАСОВ

№ Л	Раздел дисциплины и его содержание	Объем, часов
1	Специфика международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга Международный маркетинг. Факторы, влияющие на специфику международного маркетинга. Специфические особенности международного маркетинга. Учет воздействия национальных правительств. Разнообразие рыночных условий. Необходимые условия длительной и рентабельной международной деятельности. Основные решения, принимаемые предприятием, планирующим заняться международным маркетингом. Требования к организации международного маркетинга.	2
2	Экономическая, политико-правовая и культурная среда международного маркетинга Система международной торговли, торговые ограничения. Таможенный тариф. Квота. Валютный контроль. Нетарифные барьеры. Экономические сообщества. Экономическая среда. Индикаторы функционирования экономики. Уровень жизни. Валовой национальный продукт. Уровень развития экономики. Стабильность валюты. Политико-правовая среда. Отношение государства к закупкам из-за рубежа. Политическая стабильность. Валютные ограничения. Степень эффективности помощи иностранным фирмам со стороны государства. Культурная среда. Обычаи, правила, запреты. Нормы поведения в деловом мире разных стран. Элементы культуры страны.	2
3	Решение о целесообразности выхода на внешний рынок. Международные маркетинговые исследования Решение о целесообразности выхода на внешний рынок. Потребности и причины решения выхода предприятий на внешний рынок. Решение о выборе рынка. Параметры выбора внешнего рынка: потенциал и условия нового рынка; интенсивность и практические приемы конкуренции; цели и средства предприятия. Исследование потенциала, доступности, восприимчивости и стабильности внешних рынков. Конкуренция на внешнем рынке и ее разновидности. Оценка возможностей предприятия. Направления анализа возможностей предприятия. Международные маркетинговые исследования. Специфика международных исследований. Международный кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований. Цели маркетингового исследования. Типы международных маркетинговых исследований. Оценка коммерческого интереса на зарубежном рынке. Источники вторичной информации при проведении маркетинговых исследований зарубежных рынков. Организация системы информации для международного маркетинга. Обеспечение эффективности исследований, проводимых за рубежом. Выбор исполнителя проведения исследования. Использование штриховых товарных кодов в международном маркетинге.	2
4	Решение о методах выхода на внешний рынок. Совместное предпринимательство	2

№ Л	Раздел дисциплины и его содержание	Объем, часов
	Способы выхода на внешний рынок: экспорт; совместное предприятие; прямое владение. Отличительные признаки способов выхода на внешний рынок. Оценка степени привлекательности способов выхода на международные рынки. Косвенный экспорт. Делегирование функций сбыта. Передача полномочий по экспорту. Экспортная франшиза. Коммерческие посредники. Прямой экспорт. Оплачиваемый торговый представитель. Бюро представительства. Особенности совместного предпринимательства. Варианты совместного предпринимательства. Лицензирование. Подрядное производство. Управление по контракту. Завод «под ключ». Предприятие совместного владения и его варианты. Варианты партнерства при создании совместных предприятий. Прямое инвестирование и его выгоды.	
5	Решение о структуре комплекса маркетинга. Решения в области ценообразования Варианты приспособления комплекса маркетинга. Направления стандартизации и адаптации. Стандартизация и адаптация в зависимости от физических характеристик: вынужденная и необходимая. Стандартизация или адаптация в зависимости от особенностей обслуживания. Стандартизация и адаптация в зависимости от символических характеристик. Стандартизация или адаптация в зависимости от издержек. Решения в области ценообразования. Факторы, влияющие на принятие решения в области ценообразования. Определение оптимальной продажной цены. Основные подходы к определению продажной цены товара на внешнем рынке. Затратный подход. Инкотермы. Базисные категории «Инкотермс». Расчет экспортной цены готовых изделий. Подход на основе анализа спроса. Подход на основе анализа конкуренции. Критерии оптимальной цены продаж.	2
6	Ценовая политика на мировом рынке. Стандартизация продвижения на внешних рынках Причины изменения цен на товар. Факторы, влияющие на уровень мировых цен. Показатели мировых цен. Стандартизации или дифференциации цен для различных стран. Выбор ценовой стратегии для конкретного товара в конкретной стране. Процесс разработки ценовой политики предприятия. Параллельные экспортные обороты. Дифференциация цен и «теневой» реэкспорт. Трансфертные (передаточные) цены. Виды продвижения на международных рынках. Адаптация рекламы. Особенности планирования рекламы в средствах массовой информации разных стран. Сеть Internet как эффективное средство для проведения рекламных кампаний. Привлечение национальных рекламных агентств. Ярмарки, салоны, профессиональные выставки. Паблик рилейшинз и паблисити. Персональные продажи. Каналы распределения. Цели разработки оптимального канала распределения. Общая структура канала распределения в международном маркетинге. Определение оптимального варианта распределения товара. Разновидности форм организации распределения товара. Варианты каналов распределения в международном маркетинге.	2
7	Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга Принципы организации деятельности компании в области международного маркетинга. Способы организации управления деятельностью по международному маркетингу. Экспортный отдел. Международный филиал. Транснациональная компания. Эволюция организационной структуры фирмы при развитии и интернационализации.	2
8	Современная мировая торговля. Организация управления внешнеэкономическими связями России Основные тенденции и перспективы развития современной мировой торговли. Международная торговля. Объем международной торговли. Мировой рынок и его особенности. Характерные черты современного состояния мирового рынка. Межгосударственные формы регулирования внешнеэкономической деятельности и цель их создания. Факторы, влияющие на развитие международной торговли. Основные цели государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Принципы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Разграничение компетенции федераль-	2

№ Л	Раздел дисциплины и его содержание	Объем, часов
	ных органов и субъектов федерации в сфере внешнеэкономической деятельности. Закон РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». Управление внешнеэкономической деятельностью в России. Государственные органы регулирования внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. Негосударственные организации, содействующие развитию внешнеэкономической деятельности в РФ.	
9	Инструменты и методы государственного регулирования ВЭД. Таможенные платежи и тарифы Экономические методы регулирования внешнеэкономической деятельности. Административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности. Варианты государственного регулирования международной торговли. Таможенные тарифы. Основные направления происходящих изменений таможенных тарифов. Таможенная пошлина и ее функции. Классификация таможенных пошлин. Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Основные нетарифные ограничения.	2

3.2.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (Пз) – 36 ЧАСОВ

Проводится 18 практических занятий по следующим темам:

№ Пз	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем, часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
1	Специфика международного маркетинга Международный маркетинг. Факторы, влияющие на специфику международного маркетинга. Специфические особенности международного маркетинга. Учет воздействия национальных правительств. Разнообразие рыночных условий.	2	1	Устный опрос
2	Особенности организации международного маркетинга Необходимые условия длительной и рентабельной международной деятельности. Основные решения, принимаемые предприятием, планирующим заняться международным маркетингом. Требования к организации международного маркетинга.	2	1	Устный опрос
3	Экономическая среда международного маркетинга Система международной торговли, торговые ограничения. Таможенный тариф. Квота. Валютный контроль. Нетарифные барьеры. Экономические сообщества. Индикаторы функционирования экономики. Уровень жизни. Валовой национальный продукт. Уровень развития экономики. Стабильность валюты.	2	2	Устный опрос
4	Политико-правовая и культурная среда международного маркетинга Отношение государства к закупкам из-за рубежа. Политическая стабильность. Валютные ограничения. Степень эффективности помощи иностранным фирмам со стороны государства. Обычаи, правила, запреты. Нормы поведения в деловом мире разных стран. Элементы культуры страны.	2	2	Устный опрос
5	Решение о целесообразности выхода на внешний рынок Потребности и причины решения выхода предприятий на внешний рынок. Решение о выборе рынка. Параметры выбора внешнего рынка: потенциал и условия нового рынка; интенсивность и практические приемы конкуренции; цели и средства предприятия. Исследование потенциала, доступности, восприимчивости и стабильности внешних рынков. Конкуренция на внешнем рынке и ее разновидности. Оценка возможностей предприятия. Направления анализа возможностей	2	3	Устный опрос

№ Пз	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем, часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
	предприятия.			
6	Международные маркетинговые исследования Специфика международных исследований. Международный кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований. Цели маркетингового исследования. Типы международных маркетинговых исследований. Оценка коммерческого интереса на зарубежном рынке. Источники вторичной информации при проведении маркетинговых исследований зарубежных рынков. Организация системы информации для международного маркетинга. Обеспечение эффективности исследований, проводимых за рубежом. Выбор исполнителя проведения исследования. Использование штриховых товарных кодов в международном маркетинге.	2	3	Устный опрос
7	Решение о методах выхода на внешний рынок Способы выхода на внешний рынок: экспорт; совместное предприятие; прямое владение. Отличительные признаки способов выхода на внешний рынок. Оценка степени привлекательности способов выхода на международные рынки. Косвенный экспорт. Делегирование функций сбыта. Передача полномочий по экспорту. Экспортная франшиза. Коммерческие посредники. Прямой экспорт. Оплачиваемый торговый представитель. Бюро представительства.	2	4	Устный опрос
8	Совместная предпринимательская деятельность Особенности совместного предпринимательства. Варианты совместного предпринимательства. Лицензирование. Подрядное производство. Управление по контракту. Завод «под ключ». Предприятие совместного владения и его варианты. Варианты партнерства при создании совместных предприятий. Прямое инвестирование и его выгоды.	2	4	Устный опрос
9	Решение о структуре комплекса маркетинга Варианты приспособления комплекса маркетинга. Направления стандартизации и адаптации. Стандартизация и адаптация в зависимости от физических характеристик: вынужденная и необходимая. Стандартизация или адаптация в зависимости от особенностей обслуживания. Стандартизация и адаптация в зависимости от символических характеристик. Стандартизация или адаптация в зависимости от издержек.	2	5	Устный опрос
10	Решения в области ценообразования Факторы, влияющие на принятие решения в области ценообразования. Определение оптимальной продажной цены. Основные подходы к определению продажной цены товара на внешнем рынке. Затратный подход. Инкотермы. Базисные категории «Инкотермс». Расчет экспортной цены готовых изделий. Подход на основе анализа спроса. Подход на основе анализа конкуренции. Критерии оптимальной цены продаж.	2	5	Устный опрос
11	Ценовая политика на мировом рынке Причины изменения цен на товар. Факторы, влияющие на уровень мировых цен. Показатели мировых цен. Стандартизации или дифференциации цен для различных стран. Выбор ценовой стратегии для конкретного товара в конкретной стране. Процесс разработки ценовой политики предприятия. Параллельные экспортные обороты. Дифференциация цен и	2	6	Устный опрос

№ Пз	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем, часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
	«теневой» реэкспорт. Трансфертные (передаточные) цены.			
12	Стандартизация продвижения на внешних рынках Виды продвижения на международных рынках. Адаптация рекламы. Особенности планирования рекламы в средствах массовой информации разных стран. Сеть Internet как эффективное средство для проведения рекламных кампаний. Привлечение национальных рекламных агентств. Ярмарки, салоны, профессиональные выставки. Паблик рилейшинз и паблिसити. Персональные продажи. Каналы распределения. Цели разработки оптимального канала распределения. Общая структура канала распределения в международном маркетинге. Определение оптимального варианта распределения товара. Разновидности форм организации распределения товара. Варианты каналов распределения в международном маркетинге.	2	6	Устный опрос
13	Решение о структуре службы маркетинга Экспортный отдел. Международный филиал. Транснациональная компания. Эволюция организационной структуры фирмы при развитии и интернационализации.	2	7	Устный опрос
14	Организация деятельности компании в области международного маркетинга. Принципы организации деятельности компании в области международного маркетинга. Способы организации управления деятельностью по международному маркетингу.	2	7	Устный опрос
15	Современная мировая торговля Основные тенденции и перспективы развития современной мировой торговли. Международная торговля. Объем международной торговли. Мировой рынок и его особенности. Характерные черты современного состояния мирового рынка. Межгосударственные формы регулирования внешнеэкономической деятельности и цель их создания. Факторы, влияющие на развитие международной торговли.	2	8	Устный опрос
16	Организация управления внешнеэкономическими связями России Основные цели государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Принципы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Разграничение компетенции федеральных органов и субъектов федерации в сфере внешнеэкономической деятельности. Закон РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». Управление внешнеэкономической деятельностью в России. Государственные органы регулирования внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. Негосударственные организации, содействующие развитию внешнеэкономической деятельности в РФ.	2	8	Устный опрос
17	Инструменты и методы государственного регулирования ВЭД Экономические методы регулирования внешнеэкономической деятельности. Административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности. Варианты государственного регулирования международной торговли.	2	9	Устный опрос

№ Пз	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем, часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
18	Таможенные платежи и тарифы Основные направления происходящих изменений таможенных тарифов. Таможенная пошлина и ее функции. Классификация таможенных пошлин. Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Основные нетарифные ограничения.	2	9	Устный опрос

3.2.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛР) – 0 ЧАСОВ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

3.2.4. ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

При изучении данной дисциплины применяются следующие инновационные формы учебных занятий:

- интерактивная лекция;
- работа в команде (в группах);
- выступление студента в роли обучающего;
- решение ситуационных задач.

При этом предусматривается использование таких вспомогательных средств, как мультимедийный проектор, рабочие тетради, раздаточный материал.

3.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

На самостоятельную работу обучающихся, согласно учебному плану, отводится – 54 часа.

Самостоятельная работа студентов включают в себя:

1. Проработку прослушанных лекций, учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку, изучение рекомендованной литературы – 4 часа.
2. Подготовку к практическим занятиям – 9 часов.
3. Выполнение расчетно-графических работ, домашних заданий – 12 часов;
4. Написание рефератов – 3 часа;
5. Выполнение других видов самостоятельной работы – 26 часов.

Часы на внеаудиторные виды контактной работы обучающихся с преподавателем выделяются из самостоятельной работы обучающихся и часов, выделенных на промежуточную аттестацию, в соответствии с нормативами нагрузки преподавателей, утверждаемыми в университете ежегодно.

3.3.1. РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКИЕ РАБОТЫ (РГР) И ДОМАШНИЕ ЗАДАНИЯ (Дз) – 12 ЧАСОВ

Выполняются 1 расчетно-графическая работа и 1 домашнее задание по следующим темам:

№ РГР (Дз)	Тема расчетно-графической работы и(или) домашнего задания	Объем, часов
1	Решение о методах выхода на внешний рынок. Совместное предпринимательство. Решение о структуре комплекса маркетинга. Решения в области ценообразования. Ценовая политика на мировом рынке. Стандартизация продвижения на внешних рынках.	6
2	Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга. Современная мировая торговля. Организация управления внешнеэкономическими связями РФ. Инструменты и методы	6

№ РГР (Дз)	Тема расчетно-графической работы и(или) домашнего задания	Объем, часов
	государственного регулирования ВЭД. Таможенные платежи и тарифы.	

3.3.2. РЕФЕРАТЫ – 3 ЧАСА

Выполняется 1 реферат. Рекомендуются следующие темы рефератов:

№ п/п	Рекомендуемые темы рефератов	Объем, часов	Раздел дисциплины
1	Международный маркетинг. Факторы, влияющие на специфику международного маркетинга.	3	1, 2
2	Специфические особенности международного маркетинга. Учет воздействия национальных правительств.		
3	Разнообразие рыночных условий. Необходимые условия длительной и рентабельной международной деятельности.		
4	Особенности и требования к организации международного маркетинга.		
5	Основные решения, принимаемые предприятием, планирующим заняться международным маркетингом.		
6	Система международной торговли, торговые ограничения. Таможенный тариф. Квота. Валютный контроль. Нетарифные барьеры.		
7	Экономическая среда международного маркетинга. Индикаторы функционирования экономики. Уровень жизни.		
8	Валовой национальный продукт. Уровень развития экономики. Стабильность валюты.		
9	Политико-правовая среда международного маркетинга. Отношение государства к закупкам из-за рубежа. Политическая стабильность.		
10	Валютные ограничения. Степень эффективности помощи иностранным фирмам со стороны государства.		
11	Культурная среда международного маркетинга. Обычаи, правила, запреты.		
12	Нормы поведения в деловом мире разных стран. Элементы культуры страны.		

3.3.3. КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (Кр) – 0 ЧАСОВ

Контрольные работы рабочей программой не предусмотрены.

3.3.4. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ (РК) – 0 ЧАСОВ

Рубежный контроль рабочей программой не предусмотрен.

3.3.5. ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (Др) – 26 ЧАСОВ

Другие виды самостоятельной работы относятся к нерегламентированной самостоятельной работе обучающихся, связанной с углубленным изучением отдельных тем или разделов дисциплины, их творческой деятельностью, развитием личностных качеств и т.д. Конкретные формы других видов самостоятельной работы обучающийся выбирает самостоятельно или по рекомендации преподавателя в ходе изучения дисциплины.

3.3.6. КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (КП) ИЛИ КУРСОВАЯ РАБОТА (КР) – 0 ЧАСОВ

Курсовой проект или курсовая работа учебным планом не предусмотрены.

4. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные средства по всем заявленным в рабочей программе видам аудиторной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся, формам контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, утвержденные критерии оценки по ним и методика начисления рейтинговых баллов, а также перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО и университетом, если они есть, или их элементов) и отнесенные к ним планируемые результаты обучения (знания, умения и навыки), представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине, который сформирован как отдельный документ и структурно входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины.

4.1. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Для оценки текущей успеваемости используются следующие формы текущего контроля:

№ п/п	Раздел дисциплины	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции	Текущий контроль результатов обучения, баллов (мин./макс.)
1	1-3	Написание реферата	ПК-3, ПК-4, ПК-13	12/20
Всего за модуль				12/20
2	4-6	Выполнение домашнего задания	ПК-3, ПК-4, ПК-13	12/20
Всего за модуль				12/20
3	7-9	Выполнение расчетно-графической работы	ПК-3, ПК-4, ПК-13	18/30
Всего за модуль				18/30
ИТОГО:				42/70

Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме установленных требований и не набравшие суммарное количество рейтинговых баллов по текущему контролю успеваемости выше минимально установленных, не допускаются к промежуточной аттестации по данной дисциплине, как не выполнившие график учебного процесса по данной дисциплине.

4.2. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Для оценки результатов изучения дисциплины используются следующие формы промежуточной аттестации:

Семестр	Разделы дисциплины	Форма промежуточного контроля	Проставляется ли оценка в приложение к диплому	Промежуточная аттестация, баллов (мин./макс.)
4	1 - 9	Дифференцированный зачет (ДЗач)	да	18/30

Обучающийся, выполнивший все предусмотренные учебным планом задания, сдавший все контрольные мероприятия по текущему контролю результатов обучения и прошедший промежуточную аттестацию, получает итоговую оценку по дисциплине за семестр в соответствии со шкалой:

Рейтинг	Оценка на экзамене, дифференцированном зачете	Оценка на зачете
85 – 100	отлично	зачет
71 – 84	хорошо	зачет
60 – 70	удовлетворительно	зачет
0 – 59	неудовлетворительно	незачет

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

5.1.1. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450478>
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449972>
3. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.]; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450356>

Дополнительная литература:

4. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452080>
5. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9796-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452081>
6. Покровская, В. В. Внешнеэкономическая деятельность в 2 ч. Часть 1.: учебник для вузов / В. В. Покровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 376 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02065-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451970>
7. Покровская, В. В. Внешнеэкономическая деятельность в 2 ч. Часть 2.: учебник для вузов / В. В. Покровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 369 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02067-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451971>

5.1.2. УЧЕБНЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К КОНТАКТНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ И ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебные и учебно-методические пособия при изучении данной дисциплины не используются.

5.1.3. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Нормативные документы при изучении данной дисциплины не используются.

5.1.4. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» И ДРУГИЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Библиотека Гумер. Гуманитарные науки - <https://www.gumer.info>
2. Библиотека Конгресса США - <http://www.loc.gov/index.html>
3. Всемирная торговая организация (ВТО) - <https://www.wto.org>
4. Всемирного Банк - <http://www.worldbank.org>
5. Всемирный фонд дикой природы (WWF) - <http://www.wwf.ru>

6. Европейская статистика - <http://ec.europa.eu/eurostat>
7. ЕМИСС. Государственная статистика РФ - <http://fedstat.ru>
8. Журнал «Экономист» - www.economist.com.ru
9. Журнал «Эксперт» - <https://expert.ru>
10. Институт мировой экономики и международных отношений - <http://www.imemo.ru>
11. Институт суверенных фондов благосостояния - www.swfinstitute.org
12. Институт экономики РАН - <https://inecon.org>
13. Информационно-правовая система «Гарант» - <http://www.aero.garant.ru>
14. Информационно-правовая система «Консультант» - <http://www.consultant.ru>
15. Информационный портал «Коммерсант» – <https://www.kommersant.ru>
16. Информационный портал «РосБизнесКонсалтинг» - <http://www.rbc.ru>
17. Информационный ресурс о российских лесах - <http://www.forest.ru>
18. Лауреаты Нобелевских премий по экономике - <http://www.nobelprize.org>
19. Международный валютный фонд, МВФ (International Monetary Fund, IMF) - <http://www.imf.org/external/russian/index.htm>
20. Международный институт стратегических исследований - www.iiss.org
21. Министерство природных ресурсов и экологии РФ - www.mnr.gov.ru
22. Министерство финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru>
23. Министерство экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
24. Научная электронная библиотека «Elibrary» - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
25. Научно-практический рецензируемый журнал «Вопросы экономики» - <http://www.vopreco.ru>
26. Открытая электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru>
27. Поисковая система по научным источникам Google Scholar - <http://scholar.google.com>
28. Портал "WoodBusiness.ru". Интернет-журнал лесопромышленного комплекса России - <http://www.woodbusiness.ru>
29. Портал Государственных программ Российской Федерации - <http://programs.gov.ru>
30. Правительство РФ - <http://government.ru>
31. Российская государственная библиотека: <http://www.rsl.ru>
32. Словари и энциклопедии онлайн - <http://dic.academic.ru>
33. Справочные таблицы – <http://infotables.ru>
34. Федеральная служба государственной статистики РФ - <http://www.gks.ru>
35. Федеральная таможенная служба - www.customs.ru
36. Федеральное агентство лесного хозяйства - www.rosleshoz.gov.ru
37. Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент" - <http://ecsocman.hse.ru/>
38. Центральный банк России - <http://www.cbr.ru/>
39. Центральный экономико-математический институт РАН - <http://www.cemi.rssi.ru/>
40. Электронная библиотека диссертаций. РГБ - www.diss.rsl.ru
41. Электронная библиотека РФФИ - <http://www.rfbr.ru/rffi/ru>
42. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru>
43. Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт» - <https://urait.ru>

Основная и дополнительная литература, учебные и учебно-методические пособия для подготовки к контактной работе обучающихся с преподавателем и для самостоятельной работы обучающихся, нормативные документы, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и другие электронные информационные источники, необходимые для освоения дисциплины, их количество и наличие в библиотеке, ЭБС, на кафедре, распределение по разделам (темам) дисциплины, всем запланированным видам аудиторной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работе обучающихся, представлены в карте обеспеченности литературой, которая сформирована как отдельный документ и является приложением к рабочей программе.

5.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ДРУГИЕ СРЕДСТВА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При изучении данной дисциплины используются следующие информационные технологии, программное обеспечение, электронно-библиотечные системы, электронные образовательные среды, информационные справочные системы и другие средства, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

№ п/п	Информационные технологии, включая программное обеспечение, информационные справочные системы и другие используемые средства	Раздел дисциплины	Вид контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы
1	Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-9	Л, Пз
2	Электронные издания Издательства МГТУ им. Н. Э. Баумана (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-9	Л, Пз
3	Электронный каталог библиотеки МГУЛ (учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-9	Л, Пз
4	Электронная образовательная среда МФ (для обеспечения учебно-методическими материалами, проверки знаний студентов по различным разделам дисциплины, подготовленности их к проведению и защите лабораторных работ)	1-9	Л, Пз
5	Издательство учебной литературы «КноРус» (каталог учебной литературы)	1-9	Л, Пз
6	Электронная библиотечная система «Юрайт» (каталог учебной литературы)	1-9	Л, Пз

5.3. РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

При изучении данной дисциплины раздаточный материал не используется.

5.4. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При проведении промежуточной аттестации для оценки результатов изучения дисциплины вынесены следующие вопросы:

1. Международный маркетинг. Факторы, влияющие на специфику международного маркетинга.
2. Специфические особенности международного маркетинга. Учет воздействия национальных правительств. Разнообразие рыночных условий.
3. Особенности организации международного маркетинга. Необходимые условия длительной и рентабельной международной деятельности.
4. Основные решения, принимаемые предприятием, планирующим заняться международным маркетингом. Требования к организации международного маркетинга.
5. Система международной торговли, торговые ограничения. Таможенный тариф. Квота. Валютный контроль. Нетарифные барьеры. Экономические сообщества.
6. Индикаторы функционирования экономики. Уровень жизни. Валовой национальный продукт. Уровень развития экономики. Стабильность валюты.
7. Отношение государства к закупкам из-за рубежа. Политическая стабильность. Валютные ограничения.
8. Степень эффективности помощи иностранным фирмам со стороны государства. Обычаи, правила, запреты. Нормы поведения в деловом мире разных стран.
9. Потребности и причины решения выхода предприятий на внешний рынок. Решение о выборе рынка.
10. Параметры выбора внешнего рынка: потенциал и условия нового рынка; интенсивность

- и практические приемы конкуренции; цели и средства предприятия.
11. Исследование потенциала, доступности, восприимчивости и стабильности внешних рынков.
 12. Конкуренция на внешнем рынке и ее разновидности. Оценка возможностей предприятия. Направления анализа возможностей предприятия.
 13. Специфика международных исследований. Международный кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований.
 14. Цели маркетингового исследования. Типы международных маркетинговых исследований. Оценка коммерческого интереса на зарубежном рынке.
 15. Источники вторичной информации при проведении маркетинговых исследований зарубежных рынков. Организация системы информации для международного маркетинга.
 16. Обеспечение эффективности исследований, проводимых за рубежом. Выбор исполнителя проведения исследования. Использование штриховых товарных кодов в международном маркетинге.
 17. Способы выхода на внешний рынок: экспорт; совместное предприятие; прямое владение. Отличительные признаки способов выхода на внешний рынок.
 18. Оценка степени привлекательности способов выхода на международные рынки. Косвенный экспорт. Делегирование функций сбыта. Передача полномочий по экспорту.
 19. Экспортная франшиза. Коммерческие посредники. Прямой экспорт. Оплачиваемый торговый представитель. Бюро представительства.
 20. Особенности совместного предпринимательства. Варианты совместного предпринимательства. Лицензирование. Подрядное производство. Управление по контракту. Завод «под ключ».
 21. Предприятие совместного владения и его варианты. Варианты партнерства при создании совместных предприятий. Прямое инвестирование и его выгоды.
 22. Варианты приспособления комплекса маркетинга. Направления стандартизации и адаптации.
 23. Стандартизация и адаптация в зависимости от физических характеристик: вынужденная и необходимая. Стандартизация или адаптация в зависимости от особенностей обслуживания. Стандартизация и адаптация в зависимости от символических характеристик. Стандартизация или адаптация в зависимости от издержек.
 24. Факторы, влияющие на принятие решения в области ценообразования. Определение оптимальной продажной цены.
 25. Основные подходы к определению продажной цены товара на внешнем рынке. Затратный подход. Инкотермы. Базисные категории «Инкотермс».
 26. Расчет экспортной цены готовых изделий. Подход на основе анализа спроса. Подход на основе анализа конкуренции. Критерии оптимальной цены продаж.
 27. Причины изменения цен на товар. Факторы, влияющие на уровень мировых цен. Показатели мировых цен.
 28. Стандартизации или дифференциации цен для различных стран. Выбор ценовой стратегии для конкретного товара в конкретной стране.
 29. Процесс разработки ценовой политики предприятия. Параллельные экспортные обороты. Дифференциация цен и «теневого» реэкспорт. Трансфертные (передаточные) цены.
 30. Виды продвижения на международных рынках. Адаптация рекламы. Особенности планирования рекламы в средствах массовой информации разных стран.
 31. Сеть Internet как эффективное средство для проведения рекламных кампаний. Привлечение национальных рекламных агентств. Ярмарки, салоны, профессиональные выставки.
 32. Паблик рилейшинз и паблисити. Персональные продажи. Каналы распределения. Цели

- разработки оптимального канала распределения.
33. Общая структура канала распределения в международном маркетинге. Определение оптимального варианта распределения товара.
 34. Разновидности форм организации распределения товара. Варианты каналов распределения в международном маркетинге.
 35. Решение о структуре службы маркетинга. Экспортный отдел. Международный филиал. Транснациональная компания. Эволюция организационной структуры фирмы при развитии и интернационализации.
 36. Принципы организации деятельности компании в области международного маркетинга. Способы организации управления деятельностью по международному маркетингу.
 37. Основные тенденции и перспективы развития современной мировой торговли. Международная торговля. Объем международной торговли.
 38. Мировой рынок и его особенности. Характерные черты современного состояния мирового рынка.
 39. Межгосударственные формы регулирования внешнеэкономической деятельности и цель их создания. Факторы, влияющие на развитие международной торговли.
 40. Организация управления внешнеэкономическими связями России. Основные цели государственного регулирования внешнеэкономической деятельности.
 41. Принципы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Разграничение компетенции федеральных органов и субъектов федерации в сфере внешнеэкономической деятельности.
 42. Закон РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». Управление внешнеэкономической деятельностью в России.
 43. Государственные органы регулирования внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. Негосударственные организации, содействующие развитию внешнеэкономической деятельности в РФ.
 44. Инструменты и методы государственного регулирования ВЭД. Экономические и административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности. Варианты государственного регулирования международной торговли.
 45. Основные направления происходящих изменений таможенных тарифов. Таможенная пошлина и ее функции. Классификация таможенных пошлин.
 46. Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Основные нетарифные ограничения.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

При изучении данной дисциплины используются следующее материально-техническое обеспечение:

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Раздел дисциплины	Вид контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (учебная аудитория) (ГУК-343)	Стол для преподавателя - 1шт., стул - 1шт. Скамья-пюпитр-20шт. Доска маркерная – 2шт.	1 - 9	Л, Пз
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (учебная аудитория) (ГУК-440)	Стол для преподавателя-1шт., стул-1шт., кафедра-1шт, Скамья-пюпитр-20шт.. Доска маркерная – 2шт.	1 - 9	Л, Пз
3	Аудитория для самостоятельной работы студентов (ГУК-236)	<p>Стол для преподавателя-1шт., стул-1шт. Скамья-пюпитр-12 шт. Доска маркерная – 1 шт.</p> <p>Систем.блок ICL Intel(R) Core (TM) 3,2 GHz ОЗУ 8 ГБ Жест.диск 1Тб/Монитор/клавиатура/мышь – 10 шт. Базовое ПО: Windows 10 Pro, ПО приобретено с оборудованием;</p> <p>Прикладное ПО: AutoCAD 2018 Лицензия:566-84585926 от 2018-2020г.г.; SolidWorks 2010, Договор №Ш31109М от 13 января 2010 г; КЗ-Мебель, Договор №100/04/09-НН от 06.04.2009; КЗ-Коттедж, Договор №62/06/08-НН от 04.06.2008 ; Archicad 21, Договор до 2021 года. Серийный номер: SE2F5-XXXXXX-XXXXXX-INYPX; bCAD, Лицензионный договор №RU39FA-1303130101, бессрочный от.2013 г.; Базис Мебельщик, договор №БИ-01/08 от 18 февраля 2008г.; АРМ civil Engineering, ST, Номер ключа лицензирования: сетевой XXXXXX55, локальный XXXXXX80</p> <p>Свободно распространяемое ПО: OpenOffice 4.1.6 (ru), https://www.openoffice.org/, Бесплатная, Freeware 01.09.2019; VisualStudio2010 Express , https://freeanalogs.ru/, Бесплатная, Freeware 01.09.2019; Dev C++, https://freeanalogs.ru/, Бесплатная, Freeware 01.10.2019; SMathStudio, https://ru.smath.com/, Бесплатная, Freeware 01.09.2019; Scilab 6.0.2, http://www.scilab.org, Бесплатная, Freeware 01.09.2019;.</p>	1-9	СРС

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основными видами деятельности обучающегося являются контактная работа с преподавателем и самостоятельная работа, которая включает в себя подготовку к контактной работе обучающихся с преподавателем, проработку материалов, полученных в процессе этой работы, а также подготовку и выполнение всех видов самостоятельной работы, заявленных в рабочей программе дисциплины.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

По зачислении на первый курс или переводу на очередной курс следует провести подготовку к началу обучения. Эта подготовка в самом общем включает несколько необходимых положений:

- Следует убедиться в наличии рабочей программы и необходимых методических указаний по всем видам контактной и самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины, понять требования, предъявляемые к изучению дисциплины. При необходимости надлежит получить на кафедре необходимые указания и консультации, контрольные вопросы для изучения дисциплины.
- Необходимо ознакомиться с рейтинговой бальной системой по дисциплине. Преподаватель обязан ознакомить обучающихся с порядком начисления рейтинговых баллов по всем, предусмотренным рабочей программой дисциплины, видам контактной и самостоятельной работы обучающихся.
- Необходимо создать (рационально и эмоционально) максимально высокий уровень мотивации к последовательному и планомерному изучению дисциплины.
- Необходимо изучить список рекомендованной основной и дополнительной литературы и убедиться в её наличии у себя дома или в библиотеке в бумажном или электронном виде.
- Необходимо иметь «под рукой» специальные и универсальные словари и энциклопедии, для того чтобы постоянно уточнять значения используемых терминов и понятий. Пользование словарями и справочниками необходимо сделать привычкой. Опыт показывает, что неудовлетворительное усвоение предмета зачастую коренится в неточном, смутном или неправильном понимании и употреблении понятийного аппарата учебной дисциплины.
- Желательно в самом начале периода обучения возможно тщательнее спланировать время, отводимое на контактную и самостоятельную работу по дисциплине, представить этот план в наглядной форме и в дальнейшем его придерживаться, не допуская срывов графика индивидуальной работы и аврала в предсессионный период. При этом необходимо руководствоваться Графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы. Пренебрежение этим пунктом приводит к переутомлению и резкому снижению качества усвоения учебного материала.
- Работу следует начинать с изучения рабочей программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучающихся. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
- Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Лекционные занятия посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений дис-

циплины и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку. Дисциплина построена по модульному принципу, каждый модуль представляет собой логически завершённый раздел курса.

В ходе лекционных занятий конспектировать учебный материал. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

Обучающимся рекомендуется получить в библиотеке учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины.

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы.

Практические и семинарские занятия проводятся для закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения для решения практических задач в предметной области дисциплины.

Лабораторные работы предназначены для приобретения опыта практической реализации полученных теоретических знаний. Методические указания к лабораторным работам прорабатываются студентами во время самостоятельной подготовки. Необходимый уровень подготовки контролируется преподавателем перед проведением лабораторных работ.

Самостоятельная работа студентов включает проработку лекционного курса, подготовку к практическим, семинарским занятиям и лабораторным работам, выполнение всех заявленных в рабочей программе видов самостоятельной работы (выполнение домашних заданий, расчетно-графических и расчетно-проектировочных работ, курсовых проектов и работ, подготовку к контрольным работам, написание рефератов и пр.). Результаты всех видов работ обучающихся формируются в виде их личных портфолио, которые учитываются на промежуточной аттестации. Самостоятельная работа предусматривает не только проработку материалов лекционного курса, но и их расширение в результате поиска, анализа, структурирования и представления в компактном виде современной информации их всех возможных источников.

В ходе самостоятельной работы необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, методическими указаниями по соответствующему виду самостоятельной работы. При этом необходимо учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы. Очень полезно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной рабочей программой.

Необходимо строго следовать графика учебно-образовательного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы.

Готовясь, по всем непонятным моментам обращаться за методической помощью к преподавателю. Своевременное и качественное подготовка и выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Обучающийся может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы.

Оценивание полученных в процессе изучения дисциплины знаний, умений и навыков проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся МФ МГТУ им. Баумана.

Утвержденные критерии оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, методика начисления рейтинговых баллов при их прохождении представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине, который сформирован как отдельный документ, является приложением к рабочей программе и структурно входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины.

Текущий контроль проводится в процессе изучения каждого раздела или модуля дисциплины, его итоговые результаты складываются из рейтинговых баллов, полученных при прохождении всех запланированных контрольных мероприятий с учетом своевременности их прохождения, а также посещаемости аудиторных занятий.

Освоение дисциплины, ее успешное завершение на стадии промежуточного контроля возможно только при регулярной работе во время семестра и планомерном прохождении текущего контроля.

Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме установленных требований, не допускаются к промежуточной аттестации по данной дисциплине, как не выполнившие график учебного процесса по данной дисциплине.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме, установленной учебным планом, и виде, выбранном преподавателем. При этом проводится проверка освоения ключевых, базовых положений дисциплины, составляющих основу остаточных знаний, умений и навыков по ней.

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые систематически в течение всего семестра работали на занятиях и показали уверенные знания по вопросам, выносившимся на групповые занятия, также выполнившие все виды контактной и самостоятельной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины, прошедшие все контрольных мероприятий и набравшие при этом количество рейтинговых баллов, превышающее установленное рабочей программой минимальное значение.

Непосредственная подготовка к промежуточной аттестации осуществляется по вопросам, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине, которые обучающимся должен предоставить преподаватель. Необходимо тщательно изучить формулировку каждого вопроса, вникнуть в его суть, составить план ответа. Обычно план включает в себя:

- показ теоретической и практической значимости рассматриваемого вопроса;
- обзор освещения вопроса;
- определение сущности рассматриваемого предмета;
- основные элементы содержания и структуры предмета рассмотрения;
- факторы, логика и перспективы эволюции предмета;
- показ роли и значения рассматриваемого материала для практической деятельности.

План ответа желательно развернуть, приложив к нему ссылки на первоисточники с характерными цитатами.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ

При подготовке к контактной работе с обучающимися, контроле текущей успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся преподавателю необходимо руководствоваться рабочей программой дисциплины, а также картой обеспеченности литературой, учебно-методической картой, графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, фондом оценочных средств по дисциплине, которые входят в состав рабочей программы.

На первом занятии по дисциплине преподаватель должен довести до обучающихся всю необходимую информацию по дисциплине, предоставить или дать ссылки, на рабочую программу дисциплины, а также карту обеспеченности литературой, учебно-методическую карту, график учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, фонд оценочных средств по дисциплине, все необходимые рекомендации по всем видам контактной и самостоятельной работы, заявленным в рабочей программе дисциплины.

Лекции составляют основу теоретической подготовки студентов с целью понимания ими сущности дисциплины и практической работы в бухгалтерских информационных системах.

На лекциях рассматриваются наиболее важные понятия, определяются основные направления дисциплины, дается общая характеристика поставленных вопросов, различные научные концепции, которые есть по данной теме, осмысливаются состояния и перспективы развития, даются особенности использования современных информационных технологий.

Лекции должны активизировать познавательную деятельность обучающихся, вызывать интерес к поставленным проблемам и направлениям развития в профессиональной области, формировать их профессиональный кругозор, аналитические качества, творческий подход к изучению дисциплины, определять направления дальнейшего самостоятельного изучения и практического освоения в данной области.

Изложение материала лекций должно носить проблемный, инновационный характер, способствующий формированию и развитию общекультурных и профессиональных компетенций по профилю обучаемых.

В ходе лекций следует акцентировать внимание на наиболее важных, узловых и сложных в восприятии моментах учебного материала, вовлекая к разрешению сформулированных проблем аудиторию, ставя перед студентами задачи на проведение в ходе внеаудиторной самостоятельной работы аналитических оценок и научных исследований, способствующих закреплению изучаемого материала и постижению нового. Очень важно насытить лекционный материал цифрами и различными практическими примерами, подтверждающими теоретические тезисы. Также следует аргументировано обосновать собственную позицию по спорным теоретическим вопросам. Это способствует активизации мыслительной деятельности обучающихся, повышению их внимания и интереса к материалу лекции, ее содержанию.

Преподавателю, читающему лекции по данной дисциплине, необходимо опираться на основную литературу, представленную в рабочей программе данной дисциплины, а также на учебные пособия, монографии, научные статьи и периодические издания известных специалистов в данной области.

Учебный материал следует излагать с использованием интерактивных методик и презентационных средств, раскрывая новейшие и перспективные информационно-технологические достижения. Если доступен Интернет, то обучающимся можно показать сайты по теме, актуальные страницы с ресурсами.

Определяя задачи на самостоятельную работу студентов, следует обращать внимание обучаемых на использование облачных сред и технологий, обеспечивающих доступ к информационно-технологическим ресурсам из рабочих мест вне учебной базы университета и филиала.

Контроль усвоения учебного материала, кроме традиционных форм, следует прово-

доть с использованием тематических тестовых заданий, сформулированных в разделе

Практические занятия и семинары имеют целью закрепления знаний, полученных на лекциях. Все практические занятия дисциплины проводятся в специализированных классах университета. На первом занятии преподаватель должен напомнить студентам требования техники безопасности.

На практических занятиях студенты овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются при изучении специальных дисциплин, а также в процессе прохождения производственной практики.

Проводя практические занятия по данной дисциплине, предлагается использовать задания указанные в фонде оценочных средств по данной дисциплине.

Выполнение заданий должно быть индивидуальным. При оценивании выполненных заданий следует учитывать достижение результата, правильность выбора технологии решения, время решения, индивидуальность работы. Веса указанных факторов следует выбирать в зависимости от целей проводимого занятия. Для закрепления практических навыков и умений студентам следует по каждой теме выдавать задания на самостоятельную работу, по трудоемкости сходные с задачами, решаемыми в аудитории.

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются аналитические и интеллектуальные умения.

Лабораторные работы предназначены для приобретения обучающимися опыта практической реализации полученных теоретических знаний. Методические указания к лабораторным работам должны прорабатываться обучающимися во время самостоятельной подготовки. Перед проведением лабораторных работ преподаватель контролирует необходимый уровень подготовки обучающихся к их выполнению.

Самостоятельная работа обучающихся представляет собой индивидуальное выполнение всех видов, заявленных в рабочей программе дисциплины, контактной и самостоятельной работы, которые формируют у обучающегося:

- выработку навыков самостоятельной работы с имеющейся исходной информацией;
- практическую реализацию теоретических знаний с использованием инструментальных средств;
- комплексное применение компетенций, теоретических знаний, практических навыков и умений, приобретенных при изучении данной дисциплины.

При проведении контактных занятий, выдаче материалов и заданий ко всем заявленным видам контактной и самостоятельной работы обучающихся, контроле текущей успеваемости по ним, а также при промежуточной аттестации по дисциплине преподаватель обязан руководствоваться сроками, указанными в учебно-методической карте дисциплины и графике учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине. При этом не должно возникать противоречий с утвержденным Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся МФ МГТУ им. Баумана.

При **контроле текущей успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся** преподаватель обязан пользоваться оценочными средствами, критериями оценки и начисления рейтинговых баллов, представленных в фонде оценочных средств по данной дисциплине.