

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФИО: Макуев Валентин Анатольевич

Мытищинский филиал

Должность: Заместитель директора по учебной работе

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

Дата подписания: 23.06.2024 12:56:29

Уникальный программный ключ:

образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана

a0887579b7e63594c87851bc1bb030c7c4482fa1

(национальный исследовательский университет)»

(МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана)



Заместитель директора

по учебной работе

МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана

Макуев В.А.

«25» июня 2021 г.

Факультет К «Космический факультет»

Кафедра К4 «Экономика и управление»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

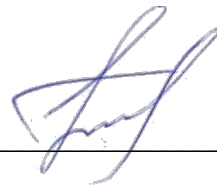
Маркетинг во внешнеэкономической деятельности

Автор программы:

Тихомиров Е.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, tihomirov@bmstu.ru

Утверждена на заседании кафедры «Экономика и управление»
Протокол № 10 заседания кафедры «К4» от 09.06.2021 г.

Начальник Отдела образовательных программ
Шевлякова А.А



Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год.
Протокол № 8 заседания кафедры «К4» от 15.04.2022 г.
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Рабочая программа одобрена на 2023/2024 учебный год.
Протокол № 8 заседания кафедры «К4» от 17.04.2023 г.
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Рабочая программа одобрена на 2024/2025 учебный год.
Протокол № 9 заседания кафедры «К4» от 16.04.2024 г.
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Оглавление

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Объем дисциплины.....	7
4. Содержание дисциплины, структурированное по модулям учебной дисциплины с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....	8
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	13
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине.....	14
7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины	15
8. Перечень ресурсов сети интернет, рекомендуемых для самостоятельной работы при освоении дисциплины.....	16
9. Методические указания для студентов по освоению дисциплины	17
10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	18
11. Описание материально-технической базы, необходимой для изучения дисциплины.....	19

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает требования к знаниям и умениям студента, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в соответствии с:

- Самостоятельно устанавливаемым образовательным стандартом (СУОС 3++) по направлению подготовки (уровень магистратуры): 38.04.01 «Экономика»;
- Основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»;
- Учебным планом МГТУ им. Н.Э. Баумана по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

При освоении дисциплины планируется формирование компетенций, предусмотренных ОПОП на основе СУОС 3++ по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» (уровень магистратуры)

Код компетенции по СУОС 3++	Формулировка компетенции
	Универсальные компетенции собственные
УКС-5 (38.04.01)	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
	Профессиональные компетенции собственные
ПКС-3 (38.04.01/31 Внешнеэкономическая деятельность и международный бизнес)	Способен к организации работ по внешнеэкономической деятельности

Для категорий «знать, уметь, владеть» планируется достижение результатов обучения (РО), вносящих на соответствующих уровнях вклад в формирование компетенций, предусмотренных основной профессиональной образовательной программой (табл. 1).

Таблица 1. Индикаторы достижения компетенции

1	2	3
Компетенция: код по СУОС 3++, формулировка	Индикаторы	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
<p>УКС-5 (38.04.01) Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ЗНАТЬ - особенности межкультурного разнообразия общества - закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур</p> <p>ВЛАДЕТЬ - методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия</p>	<p>Лекции Семинары Самостоятельная работа Активные и интерактивные формы (методы) обучения: обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах</p>
<p>ПКС-3 (38.04.01/31 Внешнеэкономическая деятельность и международный бизнес) Способен к организации работ по внешнеэкономической деятельности</p>	<p>ЗНАТЬ - методы и основы системного анализа внешнеэкономической информации</p> <p>УМЕТЬ - рассчитывать финансовые показатели эффективности внешнеэкономической деятельности организации</p> <p>ВЛАДЕТЬ - методами оценки эффективности управления внешнеэкономической деятельности организации</p>	<p>Лекции Семинары Самостоятельная работа Активные и интерактивные формы (методы) обучения: обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в блок Б1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.01 «Экономика».

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана:

- Макроэкономика (продвинутый курс);
- Международные экономические отношения (продвинутый курс).

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для следующих дисциплин образовательной программы:

- Инструменты и методы исследования мирового рынка товаров и услуг;
- Управление международными проектами;
- Деловые коммуникации в международном бизнесе.

Освоение учебной дисциплины связано с формированием компетенций с учетом матрицы компетенций ОПОП для направления (уровень магистратуры): 38.04.01 Экономика.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы(з.е.), 144 академических часа (108 астрономических часов). В том числе: 1 семестр – 4 з.е. (144 ак.ч.).

Таблица 2. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Виды учебной работы	Объем по семестрам, акад. ч.	
	Всего	Количество семестров освоения дисциплины
		1
Объем дисциплины	144	144
Аудиторная работа*	72	72
Лекции (Л)	36	36
Семинары (С)	36	36
Самостоятельная работа (СР)	72	72
Проработка учебного материала лекций	4.5	4.5
Подготовка к семинарам	4.5	4.5
Подготовка к контрольной работе	6	6
Выполнение домашнего задания	6	6
Подготовка к рубежному контролю	6	6
Другие виды самостоятельной работы	45	45
Вид промежуточной аттестации		Зачёт

*в том числе, в форме практической подготовки

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЙ ПО МОДУЛЯМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Таблица 3. Содержание дисциплины

№ п/п	Тема (название) модуля	Виды занятий*, часы				Активные и интерактивные формы проведения занятий		Компетенции, закрепленные за темой (код по СУОС 3++)	Текущий контроль результатов обучения		
		Л	С	ЛР	СР	Форма проведения занятий	Часы		Срок (неделя)	Формы	Баллы (мин/макс)
1 семестр											
1	Специфика международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга.	12	12	0	24	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	6	УКС-5, ПКС-3	6	Контрольная работа	12/20
										ИТОГО:	12/20
2	Решение о методах выхода на внешний рынок, о структуре комплекса маркетинга.	12	12	0	24	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	6	УКС-5, ПКС-3	12	Домашнее задание	24/40
										ИТОГО:	24/40
3	Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга.	12	12	0	24	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	6	УКС-5, ПКС-3	18	Рубежный контроль	24/40
										ИТОГО:	24/40
	ИТОГО за семестр	36	36	0	72	-	18	-	-	-	60/100

*в том числе, в форме практической подготовки

№, п/п	Наименование модуля, содержание	Часы
1	«Специфика международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга»	
	Лекции	12
1.1	Специфика международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга. Международный маркетинг. Факторы, влияющие на специфику международного маркетинга.	2
1.2	Разнообразие рыночных условий. Необходимые условия длительной и рентабельной международной деятельности.	2
1.3	Экономическая, политико-правовая и культурная среда международного маркетинга. Система международной торговли, торговые ограничения.	2
1.4	Уровень развития экономики. Стабильность валюты. Политико-правовая среда. Отношение государства к закупкам из-за рубежа. Политическая стабильность.	2
1.5	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.	2
1.6	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.	2
	Семинары	12
С1.1	Специфические особенности международного маркетинга. Учет воздействия национальных правительств.	2
С1.2	Основные решения, принимаемые предприятием, планирующим заняться международным маркетингом. Требования к организации международного маркетинга.	2
С1.3	Таможенный тариф. Квота. Валютный контроль. Нетарифные барьеры. Экономические сообщества. Экономическая среда. Индикаторы функционирования экономики. Уровень жизни. Валовой национальный продукт.	2
С1.4	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
С1.5	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.	2
С1.6	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.	2
	Самостоятельная работа	24
СП1.1	Проработка учебного материала лекций	1.5

CP1.2	Подготовка к семинарам	1.5
CP1.3	Подготовка к контрольной работе	6
CP1.4	Другие виды самостоятельной работы	15
2	«Решение о методах выхода на внешний рынок, о структуре комплекса маркетинга»	
	Лекции	12
2.1	Решение о методах выхода на внешний рынок. Совместное предпринимательство. Способы выхода на внешний рынок: экспорт; совместное предприятие; прямое владение. Отличительные признаки способов выхода на внешний рынок.	2
2.2	Коммерческие посредники. Прямой экспорт. Оплачиваемый торговый представитель. Бюро представительства. Особенности совместного предпринимательства. Варианты совместного предпринимательства. Лицензирование. Подрядное производство. Управление по контракту. Завод «под ключ».	2
2.3	Решение о структуре комплекса маркетинга. Решения в области ценообразования. Варианты приспособления комплекса маркетинга. Направления стандартизации и адаптации.	2
2.4	Решения в области ценообразования. Факторы, влияющие на принятие решения в области ценообразования. Определение оптимальной продажной цены.	2
2.5	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.	2
2.6	Привлечение национальных рекламных агентств. Ярмарки, салоны, профессиональные выставки. Паблик рилейшинз и паблисити. Персональные продажи. Каналы распределения. Цели разработки оптимального канала распределения.	2
	Семинары	12
C2.1	Оценка степени привлекательности способов выхода на международные рынки. Косвенный экспорт. Делегирование функций сбыта. Передача полномочий по экспорту. Экспортная франшиза.	2
C2.2	Предприятие совместного владения и его варианты. Варианты партнерства при создании совместных предприятий. Прямое инвестирование и его выгоды.	2
C2.3	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
C2.4	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
C2.5	Виды продвижения на международных рынках. Адаптация рекламы. Особенности планирования рекламы в средствах массовой	2

	информации разных стран. Сеть Internet как эффективное средство для проведения рекламных кампаний.	
C2.6	Общая структура канала распределения в международном маркетинге. Определение оптимального варианта распределения товара. Разновидности форм организации распределения товара. Варианты каналов распределения в международном маркетинге.	2
	Самостоятельная работа	24
CP2.1	Проработка учебного материала лекций	1.5
CP2.2	Подготовка к семинарам	1.5
CP2.3	Выполнение домашнего задания	6
CP2.4	Другие виды самостоятельной работы	15
3	«Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга»	
	Лекции	12
3.1	Решение о структуре службы маркетинга. Организация деятельности компании в области международного маркетинга. Принципы организации деятельности компании в области международного маркетинга.	2
3.2	Способы организации управления деятельностью по международному маркетингу. Экспортный отдел. Международный филиал. Транснациональная компания. Эволюция организационной структуры фирмы при развитии и интернационализации.	2
3.3	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.	2
3.4	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».	2
3.5	Инструменты и методы государственного регулирования ВЭД. Таможенные платежи и тарифы. Экономические методы регулирования внешнеэкономической деятельности.	2
3.6	Таможенные тарифы. Основные направления происходящих изменений таможенных тарифов. Таможенная пошлина и ее функции. Классификация таможенных пошлин. Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Основные нетарифные ограничения.	2
	Семинары	12
C3.1	Экспортный отдел. Международный филиал. Транснациональная компания. Эволюция организационной структуры фирмы при развитии и интернационализации.	2
C3.2	Принципы организации деятельности компании в области международного маркетинга. Способы организации управления деятельностью по международному маркетингу.	2
C3.3	Основные тенденции и перспективы развития современной мировой торговли. Международная торговля. Объем международной торговли. Мировой рынок и его особенности. Характерные черты современного	2

	состояния мирового рынка. Межгосударственные формы регулирования внешнеэкономической деятельности и цель их создания. Факторы, влияющие на развитие международной торговли.	
С3.4	Управление внешнеэкономической деятельностью в России. Государственные органы регулирования внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. Негосударственные организации, содействующие развитию внешнеэкономической деятельности в РФ.	2
С3.5	Административные методы регулирования внешнеэкономической деятельности. Варианты государственного регулирования международной торговли.	2
С3.6	Основные направления происходящих изменений таможенных тарифов. Таможенная пошлина и ее функции. Классификация таможенных пошлин. Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Основные нетарифные ограничения.	2
	Самостоятельная работа	24
СР3.1	Проработка учебного материала лекций	1.5
СР3.2	Подготовка к семинарам	1.5
СР3.3	Подготовка к рубежному контролю	6
СР3.4	Другие виды самостоятельной работы	15

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Рабочая программа дисциплины.
2. Учебная литература и дополнительные материалы [Раздел 7 Рабочей программы дисциплины].
3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [Раздел 8 Рабочей программы дисциплины].
4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины [Раздел 9 Рабочей программы дисциплины], обеспечивающие самостоятельную работу студента при подготовке к учебным занятиям, выполнении домашних работ, подготовке к контрольным мероприятиям и аттестациям.
5. Комплект индивидуальных заданий.

Студенты получают доступ к указанным материалам начиная с первого занятия по дисциплине.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (раздел 1). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины.

ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана.

ФОС является приложением к данной рабочей программе дисциплины.

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Литература по дисциплине

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468670>
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470864>
3. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9796-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470865>
4. 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 // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450356>

Дополнительные материалы

5. 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>
6. 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>
7. 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>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, РЕКОМЕНДУЕМЫХ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПРИ ОСВОЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Сайт кафедры «Экономика и управление»: <https://mf.bmstu.ru/info/faculty/kf/caf/k4/>
2. Открытая информационная группа кафедры в социальной сети «Instagram»: https://www.instagram.com/k4_bmstu/
3. Российская государственная библиотека. <http://www.rsl.ru>.
4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. <http://www.gpntb.ru>.
5. Библиотека МГТУ им. Н.Э. Баумана. <http://library.bmstu.ru>.
6. Научно-техническая библиотека КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана. <http://library.bmstu-kaluga.ru>.
7. Научная электронная библиотека <http://eLIBRARY.RU>.
8. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>.
9. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru>.
10. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>.
11. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Юрайт» <https://biblio-online.ru>.
12. Центральная библиотека образовательных ресурсов Минобрнауки РФ. www.edulib.ru.
13. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru>.
14. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. <http://fcior.edu.ru>.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание нижеследующие положения.

Дисциплина построена по модульному принципу, каждый модуль представляет собой логически завершённый раздел курса. Дисциплина делится на три модуля.

На первом занятии студент получает информацию для доступа к комплексу учебно-методических материалов по дисциплине.

Лекционные занятия посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений курса и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку.

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

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и индивидуальных и(или) групповых консультаций, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Самостоятельная работа студентов включает следующие виды: проработка учебного материала лекций, подготовка к семинарам, подготовка к контрольной работе, выполнение домашнего задания, подготовка к рубежному контролю. Результаты всех видов работы студентов формируются в виде их личного рейтинга, который учитывается 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 из всех возможных источников.

Текущий контроль проводится в течение каждого модуля, его итоговые результаты складываются из оценок по следующим видам контрольных мероприятий:

- Контрольная работа
- Домашнее задание
- Рубежный контроль.

Освоение дисциплины и ее успешное завершение на стадии промежуточной аттестации возможно только при регулярной работе во время семестра и планомерном прохождении текущего контроля. Набрать рейтинг по всем модулям в каждом семестре, пройти по каждому модулю плановые контрольные мероприятия в течение экзаменационной сессии невозможно.

Для завершения работы в семестре студент должен выполнить все контрольные мероприятия.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме зачета.

Методика оценки по рейтингу

Студент, выполнивший все предусмотренные учебным планом задания и сдавший все контрольные мероприятия, получает итоговую оценку по дисциплине за семестр в соответствии со шкалой:

Рейтинг	Оценка на зачете
85 – 100	Зачтено
71 – 84	Зачтено
60 – 70	Зачтено
0 – 59	Не зачтено

Оценивание дисциплины ведется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

Информационные технологии:

- Электронная информационно-образовательная среда МГТУ им. Н.Э. Баумана обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. Предусмотрена возможность синхронного и асинхронного взаимодействия студентов и преподавателей посредством технологий и служб по пересылке и получению электронных сообщений между пользователями компьютерной сети Интернет.
- e-mail преподавателя для оперативной связи: tihomirov@bmstu.ru

Программное обеспечение:

- 7-Zip
- Acrobat Reader
- Microsoft Office
- PowerPoint
- Windows

Информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>;
- Информационно-правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>;

Профессиональные базы данных:

- Единый архив экономических и социологических данных http://sophist.hse.ru/data_access.shtml
- Библиотека экономической и деловой литературы <http://www.aup.ru/library/>
- Федеральная служба государственной статистики <http://rosstat.gov.ru/>
- Федеральный образовательный портал Экономика Социология Менеджмент <http://ecsocman.hse.ru/>
- База данных Research Papers in Economics (самая большая в мире коллекция электронных научных публикаций по экономике включает библиографические описания публикаций, статей, книг и других информационных ресурсов) - <https://edirc.repec.org/data/derasru.html>
- База данных «Экономические исследования» ЦБ России - https://www.cbr.ru/ec_research/

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ
ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины

№, п/п	Вид занятий	Вид и наименование оборудования
1	Лекции	специально оборудованные аудитории с мультимедийными средствами, средствами звуковоспроизведения и имеющими выход в сеть Интернет; помещения для проведения аудиторных занятий, оборудованные учебной мебелью; аудитории оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет; студии; компьютерные классы.
2	Семинары	специально оборудованные аудитории с мультимедийными средствами, средствами звуковоспроизведения и имеющими выход в сеть Интернет; помещения для проведения аудиторных занятий, оборудованные учебной мебелью; аудитории оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет; студии; компьютерные классы.
3	Самостоятельная работа	библиотека, имеющая рабочие места для студентов; выставочные залы; аудитории, оснащенные компьютерами с доступом к сети Интернет. Социокультурное пространство университета позволяет студенту качественно выполнять самостоятельную работу.

ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины

Литература по дисциплине:

1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ. Учебник для вузов / Диденко Н. И. , Скрипнюк Д. Ф. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/5B7F890E-1B72-46E6-AA04-A0879F89CC4A>.
2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ. ОСНОВЫ ТЕОРИИ. Учебник для вузов / Диденко Н. И. , Скрипнюк Д. Ф. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/836B219B-659A-447A-99EB-79028CC3DBD3>.
3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ. ПРАКТИКА. Учебник для вузов / Диденко Н. И. , Скрипнюк Д. Ф. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/D6020C99-E18C-40F6-8F59-141E352C9F4D>.
4. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Воробьевой И.В. , Пецольдт К. , Сутырина С.Ф. - 2020. - URL: <https://urait.ru/book/84B60D15-9C6E-4E0C-B109-75786C62336F>.

2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Программное обеспечение:

- 7-Zip
- Foxit Reader
- LibreOffice

Преподаватель кафедры:

Тихомиров Е.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, tihomirov@bmstu.ru

ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины

Литература по дисциплине:

1. Бизнес-планирование в международных компаниях: практикум / Самофалов В. И., Воронкова О. Н., Самофалов А. В., : Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Под общей редакцией: Самофалов В. И. - 2019. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=614996.
2. Маркетинг Учебник / Сухов В.Д., Киселев А.А., Сазонов А.И. - 2022. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/119289.html>.
3. Маркетинг / Парамонова Т. Н., под ред, Калугина С. А., Комаров В. М., Красюк И. Н., Ларто Ж., Немковский Б. Л., Самарина С. М. - 2022. - URL: <https://book.ru/book/944585>.
4. Международный бизнес (продвинутый уровень) Практикум / Бударина Н.А., Кусков А.Н., Ткаченко М.Ф. - 2019. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/105684.html>.
5. Мировая экономика и международный бизнес. Экспресс-курс / Поляков В. В., под общ. ред, Щенин Р. К., Смирнов Е. Н. - 2020. - URL: <https://book.ru/book/934631>.

2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Программное обеспечение:

- КонсультантПлюс
- Р7-Офис.Профессиональный

Преподаватель кафедры:

Тихомиров Е.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, tihomirov@bmstu.ru

ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины

Литература по дисциплине:

1. Маркетинг Учебник / Сухов В.Д., Киселев А.А., Сазонов А.И. - 2022. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/119289.html>.
2. Маркетинг / Парамонова Т. Н., под ред, Калугина С. А., Комаров В. М., Красюк И. Н., Ларто Ж., Немковский Б. Л., Самарина С. М. - 2022. - URL: <https://book.ru/book/944585>.
3. Международный бизнес (продвинутый уровень) Практикум / Бударина Н.А., Кусков А.Н., Ткаченко М.Ф. - 2019. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/105684.html>.
4. Мировая экономика и международный бизнес. Экспресс-курс / Поляков В. В., под общ. ред, Щенин Р. К., Смирнов Е. Н. - 2020. - URL: <https://book.ru/book/934631>.

2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Программное обеспечение:

- LibreOffice

Преподаватель кафедры:

Тихомиров Е.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, tihomirov@bmstu.ru