

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической
работе
В.Г. Шубаева
« 26 » мая 2021 г.

Международный маркетинг
Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ Специальность 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы/ Специализация Международный бизнес
Уровень высшего образования Бакалавриат
Форма обучения очная

Составитель(и):

к.т.н, Хутиева Елена Сергеевна

Часов по учебному плану	216	Виды контроля в семестрах: Экзамен: семестр 5
в том числе:		
контактная работа	80	
самостоятельная работа	100	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	5
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	38
Практические занятия	42
Лабораторные работы	
Итого аудиторных часов	80
Самостоятельная работа	100
Часы на контроль	36
Итого академических часов	216
Общая трудоемкость в зачетных единицах	6

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	2
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	2
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	2
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	2
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
5.1 Рекомендуемая литература	4
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	4
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД).....	4
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	7
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	8
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации	8
1.2 Темы письменных работ.....	9
1.3 Контрольные точки	9
1.4 Другие объекты оценивания	9
1.5 Самостоятельная работа обучающегося	9
1.6 Шкала оценивания результата	9

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Дать представление о международном маркетинге как относительно самостоятельной области знаний в системе управления, способствовать развитию навыков самостоятельного маркетингового анализа практических ситуаций применительно к международной деятельности компании, сформировать у будущих выпускников знания в области теории и методологии международного маркетинга, овладении ими навыков разработки международной маркетинговой стратегии и документального оформления решений и на этой основе использовать полученные умения для оценки эффективности маркетинговых мероприятий в международном бизнесе.
--------------	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Международный маркетинг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен подготовиться к заключению внешнеторгового контракта	ПК-3.3 - Умеет применять основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций	<p>Знать: основные концепции, виды и инструментарий международного маркетинга применимых в условиях интернационализации бизнеса, в том числе малого и среднего</p> <p>Уметь: проводить анализ международной маркетинговой среды в условиях интернационализации малого и среднего бизнеса и документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций в том числе при внедрении технологических и продуктовых инноваций.</p> <p>Владеть: навыками реализации программ и проектов и их документального оформления по каждому из составляющих элементов комплекса маркетинга в условиях международного бизнеса.</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)
--------------------------------	-----------------------	---------------------------------------

разделов/тем		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Основы международного маркетинга.	Международная маркетинговая среда. Стратегическое значение международного маркетинга. Различия между международным и внутренним маркетингом. Организационные формы международного маркетинга. Этапы планирования международной маркетинговой стратегии. Документальное оформление маркетинговых решений в управлении операционной деятельностью предприятий.	6	4		10
Тема 2. Маркетинговые исследования глобального рынка.	Роль международных маркетинговых исследований. Сегментирование международного рынка. Международная маркетинговая информационная система. Первичные исследования на международных рынках. Документальное оформление результатов исследований и решений.	8	8		20
Тема 3. Международный маркетинг на развивающихся и развитых рынках.	Классификация и характеристика развивающихся и развитых рынков. Поведение потребителей. Маркетинговые стратегии. Методы исследования.	6	8		20
Тема 4. Международный маркетинг-микс.	Основные компоненты международной товарной политики. Ценообразование на международных рынках и ценовая политика компании. Международные каналы распределения. Интегрированные маркетинговые коммуникации в международном маркетинге.	6	8		20
Тема 5. Понятие нового товара в международном маркетинге и основные этапы его разработки.	Товары, включающие фундаментальные научно-исследовательские разработки и нововведения. Товары, модифицированные и усовершенствованные. Товары рыночной новизны. Товары, новые для отрасли. Товары, новые для компании. Инновационная политика и стратегия технологических разрывов.	6	8		20
Тема 6. Новые технологии международного маркетинга.	Современные технологии брендинга в международном маркетинге. Электронные рынки и e-commerce. Влияние интернет-технологий на развитие международного маркетинга.	6	6		10
Контроль:					36
Всего по дисциплине:		38	42	0	100

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Воробьева И.В. Международный маркетинг : Учебник и практикум / Воробьева И.В. - Отв. ред., Пецольт К. - Отв. ред., Сутырин С.Ф. - Отв. ред. — Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 .— 398с .— (Бакалавр и магистр. Академический курс) .	https://urait.ru/bcode/432949
Хутиева, Елена Сергеевна Международный кросс-культурный маркетинг : учебное пособие / Е.С.Хутиева, Н.Н.Покровская, М.Б.Крылова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра международного бизнесаЭлектрон. текстовые дан. (1 файл : 432 Кб)Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017	http://opac.unecon.ru/elibrary ... 83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9.pdf

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- Microsoft Office Professional
- Microsoft Windows Professional
- Project Expert 7 Standard

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com

12.	Электронная библиотека СПбГЭУ – opac.unicon.ru
-----	--

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 510 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 38 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., трибуна - 1 шт., тумба м/м - 1 шт., Компьютер Gigabyte H77M-D3H Intel Core i5-3570 3.4GHz/4Gb /500Gb/ ViewSonic VA703b - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран проекцион. Projecta Compact Electrol 153x200 см MATTE White S - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191002, г. Санкт-Петербург, Кузнечный пер., д. 9/27, лит. А
Ауд. 204 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая 1 шт., шкаф металлический, парта 10 шт., скамейка 10 шт., тумба м/м Моноблок Acer Aspire Z1811 в компл.: i5 2400s/4Gb/1Tб - 16 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт., Ноутбук Samsung NP-R780-JS04 i5 - 1 шт., Экран с электропривод. 38x180 см - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191002, г. Санкт-Петербург, Кузнечный пер., д. 9/27, лит. А
Ауд. 208 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая 1 шт., парта 10 шт., скамейка 10 шт., тумба м/м Компьютер I3-8100/ 8Гб/500Гб/	191002, г. Санкт-Петербург, Кузнечный пер., д. 9/27, лит. А

Philips224E5QSB - 20 шт., Компьютер i5-7400 3 Gh/8Gb/1Tb/Dell e2318h - 1 шт., Мультимедийный проектор 1 NEC ME401X - 1 шт., Экран с электроприводом 153x200 см Matte White - 1 шт., Коммутатор HP ProCurve Switch 2610-24 (24 ports 10/100+2 10/100/1000) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
--	--

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные

профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;

- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

- 1 Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга.
- 2 Международная торговля в условиях глобализации.
- 3 Особенности инструментария международного маркетинга.
- 4 Международный-маркетинг: понятие, сущность, цели, особенности.
- 5 Технологии международного маркетинга.
- 6 Управленческие решения в сфере международного маркетинга.
- 7 Международная маркетинговая среда.
- 8 Международная культурная среда и кросс-культурный анализ в международном маркетинге.
- 9 Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на международном рынке.
- 10 Понятие «конкуренция» и конкурентоспособность фирмы.
- 11 ТНК как основной субъект международного маркетинга.
- 12 Маркетинговые исследования зарубежных рынков.
- 13 Сущность, цели и задачи комплексного исследования зарубежного рынка.
- 14 Структура и основные этапы исследования рынка.
- 15 Процесс маркетинговых исследований зарубежных рынков.
- 16 Проблемы осуществления международных маркетинговых исследований.
- 17 Особенности сбора информации о внешних рынках.
- 18 Информационные потребности международных компаний.
- 19 Комплекс маркетинга международной компании: товарная политика в системе международного маркетинга.
- 20 Сущность и основные направления товарной политики международной компании.
- 21 Позиционирование компаний на рынках разных стран.
- 22 Конкурентоспособность экспортного товара.
- 23 Критерии оценки конкурентоспособности продукции.
- 24 Комплекс маркетинга международной компании: международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке.
- 25 Особенности ценообразования на зарубежных рынках.
- 26 Ценовые стратегии на мировых рынках.
- 27 Виды цен, используемых во внешнеторговых операциях.
- 28 Виды цен в международной торговле.
- 29 Процедура ценообразования на экспортный товар.
- 30 Демпинг.-Демпинговые-цены. Антидемпинговое законодательство.
- 31 Комплекс маркетинга международной компании: сбытовая политика в международном маркетинге.
- 32 Особенности формирования каналов сбыта в международном маркетинге.
- 33 Международная интегрированная логистика.
- 34 Комплекс маркетинга международной компании: политика продвижения в международном маркетинге.
- 35 Международная реклама.
- 36 Паблик рилейшнз в международном маркетинге.
- 37 Системы стимулирования сбыта и сервисная политика в международном маркетинге.
- 38 Стратегии международного маркетинга.

- 39 Виды маркетинговых стратегий рыночной деятельности фирмы.
- 40 Стратегия завоевания доли рынка.
- 41 Стратегия дифференциации..
- 42 Формы международного маркетинга.
- 43 Совместное предпринимательство в международном маркетинге.
- 44 Совместные предприятия как форма международного маркетинга.
- 45 Управление международной маркетинговой деятельностью.
- 46 Планирование международной маркетинговой деятельности.
- 47 Контроль и оценка эффективности международной маркетинговой деятельности.
- 48 Современные проблемы международного маркетинга.

1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Аналитическая работа	письменно	1-3
2	Презентация	устно	4-6
3	Текущий контроль	устно	1-6

1.4 Другие объекты оценивания

Наименования объекта оценивания	Способ проведения	Номера тем
Доклад	устно	2,4

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Выполнение домашних заданий	3,5
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-6
Подготовка сообщений, докладов	2,4
Подготовка к экзамену	1-6

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе. Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
≤ 54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
≥ 85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.