

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
(РИЗП)

---



Утверждаю

Ректор РИЗП

И. И. Доц., Паршин А.В.

11 декабря 2015 г.

Рассмотрено  
на Ученом совете РИЗП  
протокол №5/2 от  
11 декабря 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Международный маркетинг**

(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления  
подготовки

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)

Маркетинг

(наименование направленности)

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

Ростов-на-Дону  
2015 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015г. № 1334.

Рабочая программа разработана для студентов 2014, 2015 года набора на 2015/2016 учебный год.

Автор(ы):

д.э.н., профессор Филонич В.В.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Рекомендована кафедрой «Маркетинг»  
протокол № 5 от 10.12.2015г.

Заведующий кафедрой



/ Крамаренко Р.Р./

(подпись, фамилия, инициалы)

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015, 2016  
\_\_\_\_\_ годов набора на 2016/2017  
\_\_\_\_\_ учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института

«10» 06 2016 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,  
2016, 2017 годов набора на 2017/2018  
\_\_\_\_\_ учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института

«30» 06 2017 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,  
2016, 2017, 2018 годов набора на 2018/2019  
\_\_\_\_\_ учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института

«28» 06 2018 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов  
2016, 2017, 2018, 2019 годов набора на  
\_\_\_\_\_ 2019/2020 учебный год с учетом обновления раздела  
(ов) 10

Ректор института

27 июня 2019 года

Паршина А.А.

© Филонич В.В., 2015  
© РИЗП, 2015



Рабочая программа переутверждена для студентов 2017, 2018,  
2019, 2020 годов набора на 2020/2021  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 2, 3, 4, 10.



Ректор института

А.А. Паршина / Паршина А.А. /  
«25» июня 2020 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

## Цели и задачи освоения дисциплины (модуля) «Международный маркетинг»

**Целью** дисциплины «Международный маркетинг» является приобретение студентами знаний по основным ключевым понятиям, касающимся проблем организации и проведения международного маркетинга в организациях, организации системы исследований, документирования полученных данных.

### **Задачи дисциплины:**

- глубокое усвоение студентами теоретических основ внутреннего и внешнего маркетинга, обстоятельное изучение системы хозяйственного управления в России, вопросов организации деятельности маркетинговых агентств;

- овладение навыками организации и методики проведения маркетинговых исследований на международном рынке, изучения основных законодательных документов, определяющих направления, характер, содержание и методику маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках;

- изучение теоретических основ и принципов организации и осуществления маркетинговых программ, их классификация, система контроля, основные мероприятия, связанные с организацией работы маркетингового отдела на предприятии, права и обязанности контрольно-ревизионных служб, а также предприятий и должностных лиц, деятельность которых проверяется.

- изучение вопросов подготовки, организации, проведения, оформления и реализации маркетингового планирования в производственной и финансово-хозяйственной деятельности организаций.

- изучение организации внутривозвратного контроля на предприятиях различных форм собственности со стороны функциональных служб предприятия, обращая особое внимание на контрольные функции начальника маркетингового отдела.

### **Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)**

| Формируемые компетенции |   | планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)<br>(знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)  |
|-------------------------|---|--|
| индекс                  | формулировка  |  |
| ПК-8                    | готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания | <b>Знать:</b> характер и содержание основных мероприятий: составление бюджетных планов маркетинговых исследований, организацию контроля за их выполнением, обобщение материалов и составление заключений по выполненной работе, принятия решений по результатам выполненной работы на российском и на международном уровне<br><b>Уметь:</b> показать знания в области маркетинговой деятельности (виды и формы маркетинговых планов, |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>первичной документации, учетных регистров, форм отчетности и других документов), которые подлежат проверке, умение пользоваться нормативными документами, приемами экономического анализа и статистики, как на российском, так и на международном уровне</p> <p><b>Владеть:</b> предметом и методами маркетинговой деятельности, как на уровне предприятия, так и на международном маркетинговом уровне; навыками применения нормативно-правового обеспечения маркетинговой деятельности как на российском, так и на международном уровне для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p> |
|--|--|

## **Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к вариативной части учебного плана ООП ВО по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» (Б1.В.ОД.10).

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» изучается на четвертом курсе в восьмом семестре студентами заочной формы обучения

Изучение учебной дисциплины «Международный маркетинг» осуществляется в тесном взаимодействии с другими экономическими и специальными дисциплинами, такими, как «Управление маркетингом», «Внешнеэкономическая деятельность», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинговые коммуникации» и др.

## **Раздел 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Основной единицей трудоемкости является з.е., равная 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения.

| Форма обучения  | Заочная форма |
|---|---------------|
| Срок обучения   | 5 лет         |
| Общий объем час по УП   | 108           |
| Всего аудиторных занятий, час, в том числе:   | 10            |
| - лекции  | 4             |
| - семинарские занятия   | 6             |
| - практические занятия  |               |
| - лабораторные занятия  |               |
| Самостоятельная работа, час   | 98            |
| Подготовка к занятию семинарского типа  | 10            |
| конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе | 40            |

|   |    |
|---|----|
| самостоятельное изучение вопросов по теме | 46 |
| выполнение курсовых проектов (работ)      |    |
| подготовка к промежуточной аттестации     | 2  |
| Зачеты, по семестрам,                     | 8с |
| Экзамены, по семестрам                    |    |

**Раздел 4. Содержание дисциплины (модуля) Международный маркетинг, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических и видов учебных занятий**

| Формируемые компетенции                      | Названия модулей и тем  | Трудоемкость по видам учебной работы |                   |             |              |                     |                        |
|--|---|--------------------------------------|-------------------|-------------|--------------|---------------------|------------------------|
|  |   | Общая трудоемкость                   | Контактная работа |             |              |                     | Самостоятельная работа |
|  |   |                                      | лекции            | семинарские | практические | лабораторные работы |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 1. Сущность международного маркетинга</b>                   |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 16                                   | 1                 | 1           |              |                     | 14                     |
| ПК-8   | <b>Тема 2. Маркетинговые исследования международных рынков</b>      |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              |                     | 14                     |
| ПК-8   | <b>Тема 3. Ценообразование в международном маркетинге</b>           |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              |                     | 14                     |
| ПК-8   | <b>Тема 4. Формы и методы выхода на международный рынок</b>         |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              |                     | 14                     |
| ПК-8   | <b>Тема 5. Маркетинговые стратегии на международном рынке</b>       |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              |                     | 14                     |
| ПК-8   | <b>Тема 6. Информационное обеспечение международного маркетинга</b> |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15                                   | 0,5               | 0,5         |              |                     | 14                     |
| ПК-8   | <b>Тема 7. Политика проникновения на международные рынки</b>        |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 13                                   | 0,5               | 0,5         |              |                     | 12                     |
| <b>Подготовка к промежуточной аттестации</b> |   |                                      |                   |             |              |                     |                        |
| Заочная форма обучения                       |   | 2                                    |                   |             |              |                     | 2                      |

## **Содержание дисциплины (модуля) «Международный маркетинг»**

### **Тема 1. Сущность международного маркетинга**

Сущность и особенности международного маркетинга. Характеристика международного маркетинга. Предпосылки возникновения международного маркетинга. Этапы развития и цели международного маркетинга

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

Обследование международных рынков. Основные направления международных маркетинговых исследований. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках. Виды, оценка и отбор зарубежных рынков. Сегментирование международного рынка. Методы исследования информации о фирмах — участниках международного рынка. Формирование информационно справочной системы о зарубежных фирмах. Штриховое кодирование как составная часть информационного обеспечения международного маркетинга.

### **Тема 3. Ценообразование в международном маркетинге**

Формирование цены и ценовой политики. Виды и особенности образования международных цен. Ценовые стратегии на мировых рынках

### **Тема 4. Формы и методы выхода на международный рынок**

Способы продвижения продукта на международный рынок. Формы выхода российских предпринимателей на международный рынок. Международный франчайзинг. Сущность, принципы и преимущества международного франчайзинга. Тенденции развития франчайзинга. Договорные условия сторон при покупке франчайзинга. Иностранские инвестиции в международном бизнесе. Сущность, виды, формы зарубежных инвестиций и их роль в освоении международного рынка. Формы финансирования инвестиционных проектов. Международный факторинг. Сущность и необходимость использования факторинга при освоении международного рынка. Международный факторинг для развития бизнеса российских предпринимателей

### **Тема 5. Маркетинговые стратегии на международном рынке**

Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке. Сущность ассортиментной политики на международном рынке. Основные товарные стратегии современного международного маркетинга. Виды маркетинговых стратегий международного рынка. Маркетинговые стратегии, зависящие от состояния спроса. Бренд и его роль в продвижении товара на международный рынок.

### **Тема 6. Информационное обеспечение международного маркетинга**

Информационная система, задачи и предмет маркетинговых исследований в международном маркетинге. Процесс и дизайн

маркетингового исследования в международном маркетинге. Методы получения и обработки маркетинговой информации в международном маркетинге. Структура, содержание и основные источники маркетинговой информации. Международные маркетинговые исследования в сети Internet.

### **Тема 7. Политика проникновения на международные рынки**

Способы проникновения на международные рынки. Формы организации международного предпринимательства. Особенности и этапы создания предприятия с зарубежными партнерами.

### **Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (Приложение №1)**

#### **Раздел 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

– Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

#### **Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Международный маркетинг»**

##### **7.1. Основная литература**

1. Международный маркетинг: учебник для бакалавров/ Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк: отв. ред. Н.И. Диденко.- М.: изд-во Юрайт, 2014.-556с.- Серия: Бакалавр. Базовый курс. \*
2. Моргунов С. В., Моргунов В. И. Международный маркетинг: учебник для бакалавров. М.: Дашков и Ко 2015 г. 182 страницы. \*\*

##### **7.2. Дополнительная литература**

1. Яковлева Е. А., Шibaев М. А. Международный маркетинг: учебное пособие. Воронежская государственная лесотехническая академия 2012 г. 88 страниц. \*\*
2. Девлетов О. У. Международный маркетинг: учебное пособие. Директ-Медиа 2015 г. 377 страниц. \*\*

\* Библиотека РИЗП.

\*\* ЭБС «КнигаФонд».

#### **Раздел 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Статистические материалы Госкомстата, размещенные на официальном сайте ([www.gks.ru](http://www.gks.ru))
2. Статистические материалы по Ростовской области, размещенные на официальном сайте Администрации Ростовской области ([www.donland.ru](http://www.donland.ru))
3. Министерство финансов РФ: [сайт]. – URL: <http://www1.minfin.ru/ru/>.



4. Компания «Консультант Плюс» (нормативно-правовые акты): [сайт].- URL: <http://www.consultant.ru/online>.
5. Компания «Гарант» (нормативно-правовые акты): [сайт]. – URL: <http://garant.park.ru/>.
8. <http://www.kremlin.ru> - официальный сайт Президента РФ
9. <http://www.government.ru> - официальный сайт Правительства РФ
10. <http://www.council.gov.ru> - официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания РФ
11. <http://www.duma.gov.ru> - официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания <http://www.ach.gov.ru> - официальный сайт Счетной палаты РФ
12. <http://www.economy.gov.ru> - официальный сайт Минэкономразвития РФ
13. <http://www.gks.ru> – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики
14. <http://www.donland.ru> - официальный сайт Правительства Ростовской области

#### **Раздел 9. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)**

Освоение дисциплины (модуля) основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу. Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Целью семинарского занятия является проверка усвоения программного материала по дисциплине (модулю), осуществление контроля и помощи в организации самостоятельной работы студента.

На семинарском занятии закрепляется обучение студентов самостоятельной работе с литературой и вспомогательным материалом. Студенты вырабатывают навык исследования по проблемным вопросам.

Занятие проводится после прочитанной лекции по теме учебной программы. При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется использовать как учебную литературу, нормативные акты, относящиеся к изучаемой теме.

Семинарское занятие включает доклады студентов по вопросам для самостоятельного изучения.

К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; подготовка к промежуточной аттестации.

**Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем лицензионное программное обеспечение:**

Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod32 academic,.

1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8.

**профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».
2. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.

**Раздел 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются специальные помещения РИЗП, представляющие собой учебные аудитории 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 и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения РИЗП укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийное оборудование).

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

**Приложение №1**  
**к рабочей программе дисциплины (модуля)**  
**Международный маркетинг**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Международный маркетинг**

(наименование дисциплины (модуля))

|   |   |
|---|---|
| Код и наименование направления подготовки | 38.03.06 Торговое дело                            |
| Направленность (профиль)                  | <u>Маркетинг</u><br>(наименование направленности) |
| Квалификация (степень) выпускника         | бакалавр  |

Ростов-на-Дону  
2015 г.

## РАЗДЕЛ 1.

### Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Номер компетенции «ПК-8»   | Формулировка компетенции «готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания»          |                             |
|--|---|-----------------------------|
| Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы |   | Этап формирования (семестр) |
|  |   | Заочная форма               |
| Индекс   | Наименование  |                             |
| Б1.Б.14  | Коммерческая деятельность   | 3, 4                        |
| Б1.Б.20  | Организация и технология торговли   | 7, 8                        |
| Б1.В.ОД.2  | Мерчандайзинг в торговле  | 8                           |
| Б1.В.ОД.8  | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности  | 7, 8                        |
| Б1.В.ОД.10   | Международный маркетинг   | 8                           |
| Б1.В.ОД.12   | Конкурентоспособность организаций и товаров   | 9                           |
| Б1.В.ДВ.3.1  | Организация предпринимательской деятельности  | 1                           |
| Б1.В.ДВ.7.1  | Интернет маркетинг  | 9                           |
| Б1.В.ДВ.7.2  | Инновационный маркетинг   | 9                           |
| Б1.В.ДВ.8.1  | Поведение потребителей  | 8                           |
| Б1.В.ДВ.10.2   | Инновации в торговле  | 8                           |
| Б2.П.1   | Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) | 9                           |
| Б2.П.2   | Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)    | 10                          |
| Б3.Д.1   | Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты              | 10                          |

## 1.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| Номер компетенции | Показатели оценивания компетенций<br>(знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)  | Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования |                                       |                                  |
|-------------------|---|---|---------------------------------------|----------------------------------|
|                   |   | 1-й уровень<br>«УЗНА-<br>ВАНИЕ»                                     | 2-й уровень<br>«ВОСПРО-<br>ИЗВЕДЕНИЕ» | 3-й уровень<br>«ПРИ-<br>МЕНЕНИЕ» |
| ПК-8              | <p><b>Знать:</b> характер и содержание основных мероприятий: составление бюджетных планов маркетинговых исследований, организацию контроля за их выполнением, обобщение материалов и составление заключений по выполненной работе, принятия решений по результатам выполненной работы на российском и на международном уровне</p> <p><b>Уметь:</b> показать знания в области маркетинговой деятельности (виды и формы маркетинговых планов, первичной документации, учетных регистров, форм отчетности и других документов), которые подлежат проверке, умение пользоваться нормативными документами, приемами экономического анализа и статистики, как на российском, так и на международном уровне</p> <p><b>Владеть:</b> предметом и методами маркетинговой деятельности, как на уровне предприятия, так и на международном маркетинговом уровне; навыками применения нормативно-правового обеспечения маркетинговой деятельности как на российском, так и на международном уровне для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p> | +   | +                                     | +                                |

## 1.3. Шкала оценивания компетенций

| Результат зачета | Критерии оценивания компетенций  |
|------------------|--|
| не зачтено       | Студент не знает значительной части программного материала(менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций |
| зачтено          | Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего   |

12



|  |  |
|--|--|
|  | <p>программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне.</p>  |
|  | <p>Студент показывает твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций</p>   |
|  | <p>Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций</p> |

## Раздел 2.

### **Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **Проверяемая компетенция ПК-8**

**Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:**

1. Глобализация экономики и интернационализация предпринимательства.
2. Особенности, цели и задачи международного маркетинга.
3. Этапы развития и цели международного маркетинга.
4. Экономическая и политическая среда международного маркетинга.
5. Правовая среда международного маркетинга. Социально-культурные факторы.
6. Сегментирование международного рынка.

**Тестовые задания:**

**1. Какой из элементов международного маркетингового исследования является орудием исследования?**

- 1) наблюдение;
- 2) эксперимент;
- 3) анкета;
- 4) опрос.

**2. К какому элементу комплекса международного маркетинга относится реклама?**

- 1) товар;
- 2) цена;
- 3) метод распространения;

4) метод продвижения.

**3. Какой элемент из перечисленных не относится к комплексу международного маркетинга?**

- 1) цена;
- 2) товар;
- 3) оценка внешней среды;
- 4) система продвижения.

**4. Какой элемент из перечисленных не относится к комплексу международного маркетинга?**

- 1) цена;
- 2) оценка внутренней среды;
- 3) система продвижения;
- 4) товар.

**5. На какой фазе психологического воздействия международной рекламы происходит произвольная или непроизвольная направленность на определенный объект?**

- 1) интерес;
- 2) внимание;
- 3) желание;
- 4) активность.

**6. Какой элемент относится к системе международных маркетинговых коммуникаций?**

- 1) целевая аудитория;
- 2) прямой маркетинг;
- 3) позиционирование;
- 4) маркетинговые исследования.

**7. Какой вид международного маркетинга предполагает выпуск товара, ориентированного на весь рынок?**

- 1) дифференцированный;
- 2) недифференцированный;
- 3) социально-этичный;
- 4) концентрированный.

**Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:**

1. Ценовые стратегии на международном рынке.
2. Особенности установления экспортных цен.
3. Таможенные тарифы и платежи
4. Особенности анализа и выбора сегментов международных рынков.
5. Оценка конкурентного потенциала бизнес-партнеров на международных рынках.

**Тестовые задания:**

**1. Как называется международная ценовая стратегия, связанная с установлением цены ведущим производителем?**

- 1) стратегия «снятие сливок»;
- 2) дифференцированных цен;
- 3) «ценового лидера»;
- 4) стратегия «прорыва» на рынок.

**2. Как называется независимый оптовый посредник?**

- 1) дистрибьютор;
- 2) агент;
- 3) комиссионер;
- 4) аукционист.

**3. Как называется вид международной рекламы, при котором на нее расходуется больше средств, чем это оптимально обусловлено?**

- 1) престижная;
- 2) агрессивная;
- 3) превентивная;
- 4) информативная.

**4. Какая из перечисленных характеристик не относится к функциям международного маркетинга?**

- 1) аналитическая;
- 2) психологическая;
- 3) товарно-производственная;
- 4) сбытовая.

**5. Какой вид международного маркетинга предполагает выпуск товара, ориентированного на несколько сегментов рынка?**

- 1) дифференцированный;
- 2) недифференцированный;
- 3) социально-этичный;
- 4) концентрированный.

**6. Какой элемент из перечисленных относится к системе международных маркетинговых коммуникаций?**

- 1) конкуренты;
- 2) стимулирование сбыта;
- 3) маркетинговые исследования;
- 4) контактные аудитории.

**7. Как называется вид международного продвижения, предполагающий личный контакт?**

- 1) стимулирование сбыта;
- 2) публич рилейшнз;
- 3) реклама;
- 4) личная продажа.

**8. Как называется средство психологического воздействия в международной рекламе?**

- 1) товар;
- 2) исследование;
- 3) цвет;
- 4) цена.

**9. Какой вид международной рекламы формирует предпочтение бренда?**

- 1) напоминающая;
- 2) информативная;
- 3) увещательная;
- 4) подкрепляющая.

**10. При каком виде управления международной рекламой решения принимаются рекламными агентствами автономно?**

- 1) централизованное управление;

- 2) децентрализованное управление;
- 3) смешанное управление;
- 4) комплексное управление.

**Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:**

- 1.Международные товарные стратегии.
- 2.Маркетинговые характеристики товарной политики на международных рынках.
- 3.Сервисная политика в международном маркетинге.
- 4.Информационная система, задачи и предмет маркетинговых исследований в международном маркетинге.
- 5.Процесс и дизайн маркетингового исследования в международном маркетинге.
- 6.Методы получения и обработки маркетинговой информации в международном маркетинге.
- 7.Структура, содержание и основные источники маркетинговой информации.
- 8.Международные маркетинговые исследования в сети Internet.
- 9.Способы проникновения на международные рынки.
- 10.Формы организации международного предпринимательства.
- 11.Особенности и этапы создания предприятия с зарубежными партнерами.

**Тестовые задания:**

**1. Как называется стратегия международного продвижения в зависимости от жизненного цикла товара на этапе роста?**

- 1) информирование о новом товаре;
- 2) модификация;
- 3) напоминание о товаре;
- 3) увещевание о бренде.

**2. Какой вид стратегии роста предполагает использование возможностей интеграции с другими элементами международной маркетинговой системы?**

- 1) интенсивный рост;
- 2) интеграционный рост;
- 3) диверсификационный рост;
- 4) сокращение.

**3. Что относится к методам международного маркетингового исследования?**

- 1) экспертные оценки;
- 2) публикации;
- 3) статистика;
- 4) описание.

**4. Как называется метод сбыта, предполагающий использование международных посредников?**

- 1) прямой метод;
- 2) выборочный метод;
- 3) косвенный метод;
- 4) распределение.

**5. Какой из элементов плана международного маркетингового исследования является методом исследования?**

- 1) опрос;
- 2) лицензирование;

- 3) анализ внешней среды;
- 4) маркетинг-аудит.

**6. Какой из элементов плана международного маркетингового исследования является методом исследования?**

- 1) анкета;
- 2) эксперимент;
- 3) анализ внутренней среды;
- 4) прямой сбыт.

**7. Какая функция международного маркетинга предполагает анализ внешней среды предприятия?**

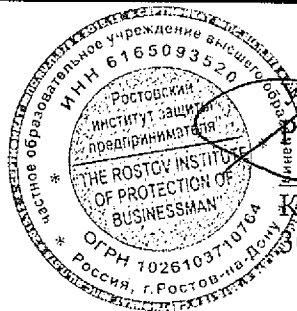
- 1) аналитическая;
- 2) товарно-производственная;
- 3) сбытовая;
- 4) организационная.

**8. Какой этап жизненного цикла товара характеризуется снижением объемов продаж и необходимостью модификации рынка?**

- 1) этап роста;
- 2) этап внедрения;
- 3) этап спада;
- 4) этап зрелости.



**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



\_\_\_\_\_  
 подтверждаю  
 Ректор РИЗП  
 Кю.н., доц., Паршина А.А.  
 30 июня 2016 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2016 /2017 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Международный маркетинг**  
 (наименование дисциплины (модуля))  
 для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
 (код) наименование направления подготовки)  
 с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
 вносятся следующие изменения:

| Содержание пункта рабочей программы до обновления   | Содержание пункта рабочей программы после обновления  |
|---|---|
| <i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>  | <i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>  |
| <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b><br/>                     Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic.<br/>                     1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br/>                     1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».<br/>                     2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> | <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b><br/>                     Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade.<br/>                     1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br/>                     1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».<br/>                     2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.<br/>                     3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p> |

дополнения:

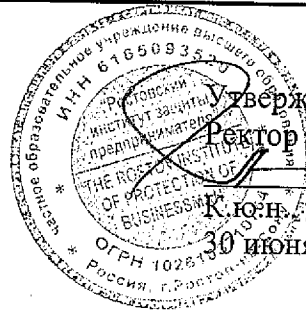
Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Левчук В.В.  
 (подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
 \_\_\_\_\_ № 14 от 30.06.2016 г.  
 (наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.  
 (подпись) (Ф.И.О)

18

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.Ю.Н. доц., Паршина А.А.  
30 июня 2017 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2017 /2018 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Международный маркетинг**  
(наименование дисциплины (модуля))  
для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)  
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

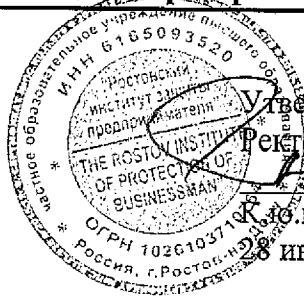
| Содержание пункта рабочей программы до обновления  | Содержание пункта рабочей программы после обновления  |
|--|---|
| <p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b><br/>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade.<br/>1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br/>1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».<br/>2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.<br/>3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p> | <p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b><br/>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade.<br/>1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br/>1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.<br/>2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p> |

дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ **к.э.н. доц. Левчук В.В.**  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)  
Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
**Маркетинга** № 11 от 26.06.2017 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ **к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.**  
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.э.н., доц., Паршина А.А.  
28 июня 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Международный маркетинг  
(наименование дисциплины (модуля))  
для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
(код) наименование направления подготовки)  
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

| Содержание пункта рабочей программы до обновления   | Содержание пункта рабочей программы после обновления   |
|---|--|
| <i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>  | <i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>   |
| <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b><br/>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade.<br/>1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br/>1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.<br/>2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p> | <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b><br/>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx.<br/>1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br/>1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».<br/>2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.<br/>3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p> |

дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинга № 11 от 26.06.2018 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

20

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



доц., Паршина А.А.  
1 октября 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Международный маркетинг  
(наименование дисциплины (модуля))  
для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №146-09/2018 об оказании информационных услуг от 18 сентября 2018 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» вносятся следующие изменения:

| Содержание пункта рабочей программы до обновления   | Содержание пункта рабочей программы после обновления   |
|---|--|
| <b>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b>  | <b>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b>   |
| <p><b>7.1. Основная литература:</b><br/>1.Международный маркетинг: учебник для бакалавров/ Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк: отв. ред. Н.И. Диденко.- М.: изд-во Юрайт, 2014.-556с.- Серия: Бакалавр. Базовый курс. *<br/>2.Моргунов С. В., Моргунов В. И. Международный маркетинг: учебник для бакалавров.М.: Дашков и Ко 2015 г. 182 с. **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b><br/>1.Яковлева Е. А., Шибаев М. А. Международный маркетинг: учебное пособие. Воронежская государственная лесотехническая академия 2012 г. 88 с.**<br/>2.Девлетов О. У. Международный маркетинг: учебное пособие. Директ-Медиа 2015 г. 377 с. **</p> <p>* Библиотека РИЗП.<br/>** ЭБС «КнигаФонд».</p> | <p><b>7.1. Основная литература:</b><br/>1.Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг : учебник / М.Э. Сейфуллаева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 319 с.<br/>2.Моргунов, В.И. Международный маркетинг : учебник для бакалавров / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 182 с.<br/>3.Девлетов, О.У. Международный маркетинг : учебное пособие / О.У. Девлетов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 377 с.</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b><br/>1.Морозов Ю. В. Основы маркетинга: учебное пособие/ Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с.<br/>2.Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 440 с.</p> <p>* Библиотека РИЗП.<br/>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p> |

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н. доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинга № 2 от 25.09.2018 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

21





Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.

25 июня 2020 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2020/2021 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Международный маркетинг**  
(наименование дисциплины (модуля))  
для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

| Содержание пункта рабочей программы до обновления   | Содержание пункта рабочей программы после обновления   |
|---|--|
| <b>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>  | <b>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>   |
| <b>лицензионное программное обеспечение:</b><br>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64.<br><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br>Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».<br>Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. | <b>лицензионное программное обеспечение:</b><br>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64.<br><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b><br>Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».<br>Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.<br>Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух». |

дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)



Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.  
25 июня 2020 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе)**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Международный маркетинг**  
(наименование дисциплины (модуля))  
для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)

Раздел 2, раздел 3 и раздел 4 читать в следующей редакции:

**Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к вариативной части учебного плана ООП ВО по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» изучается на четвертом курсе в 7 семестре студентами очной формы обучения, в 8 семестре студентами заочной формы обучения.

Изучение учебной дисциплины «Международный маркетинг» осуществляется в тесном взаимодействии с другими экономическими и специальными дисциплинами, такими, как «Управление маркетингом», «Внешнеэкономическая деятельность», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинговые коммуникации» и др.

**Раздел 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Основной единицей трудоемкости является з.е., равная 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения.

| Форма обучения  | Очная форма обучения | Заочная форма |
|---|----------------------|---------------|
| Срок обучения   | 4 года               | 5 лет         |
| Общий объем час по УП   | 108                  | 108           |
| Всего аудиторных занятий, час, в том числе:   | 48                   | 10            |
| - лекции  | 16                   | 4             |
| - семинарские занятия   | 32                   | 6             |
| - практические занятия  | -                    | -             |
| - лабораторные занятия  | -                    | -             |
| Самостоятельная работа, час   | 60                   | 98            |
| Подготовка к занятию семинарского типа  | 10                   | 10            |
| конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе | 30                   | 40            |
| самостоятельное изучение вопросов по теме   | 30                   | 46            |
| выполнение курсовых проектов (работ)  | -                    | -             |
| подготовка к промежуточной аттестации   | -                    | 2             |
| Зачеты, по семестрам,   | 7с                   | 8с            |
| Экзамены, по семестрам  | -                    | -             |



**Раздел 4. Содержание дисциплины (модуля) Международный маркетинг, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических и видов учебных занятий**

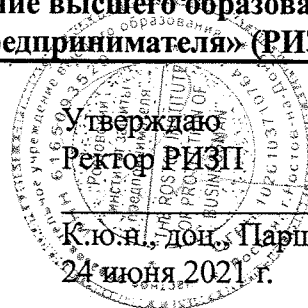
| Формируемые компетенции                      | Названия модулей и тем  | Трудоёмкость по видам учебной работы |                   |             |              |                     |                        |
|--|---|--------------------------------------|-------------------|-------------|--------------|---------------------|------------------------|
|  |   | Общая трудоёмкость                   | Контактная работа |             |              |                     | Самостоятельная работа |
|  |   |                                      | лекции            | семинарские | практические | лабораторные работы |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 1. Сущность международного маркетинга</b>                   |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 16                                   | 3                 | 6           |              | 7                   |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 16                                   | 1                 | 1           |              | 14                  |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 2. Маркетинговые исследования международных рынков</b>      |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 16                                   | 3                 | 6           |              | 7                   |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              | 14                  |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 3. Ценообразование в международном маркетинге</b>           |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 16                                   | 2                 | 4           |              | 10                  |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              | 14                  |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 4. Формы и методы выхода на международный рынок</b>         |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 16                                   | 2                 | 4           |              | 10                  |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              | 14                  |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 5. Маркетинговые стратегии на международном рынке</b>       |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 16                                   | 2                 | 4           |              | 10                  |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15,5                                 | 0,5               | 1           |              | 14                  |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 6. Информационное обеспечение международного маркетинга</b> |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 15                                   | 2                 | 4           |              | 9                   |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 15                                   | 0,5               | 0,5         |              | 14                  |                        |
| ПК-8   | <b>Тема 7. Политика проникновения на международные рынки</b>        |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | 13                                   | 2                 | 4           |              | 7                   |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 13                                   | 0,5               | 0,5         |              | 12                  |                        |
| <b>Подготовка к промежуточной аттестации</b> |   |                                      |                   |             |              |                     |                        |
|  | Очная форма обучения  | -                                    |                   |             |              | -                   |                        |
|  | Заочная форма обучения  | 2                                    |                   |             |              | 2                   |                        |

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н, доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2021/2022 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ Международный маркетинг \_\_\_\_\_  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.06 Торговое дело \_\_\_\_\_  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №147-09/2020 об оказании информационных услуг от 22 сентября 2020 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и договора о сотрудничестве с ООО «Софттех» от 03.03.2021 вносятся следующие изменения:

| Содержание пункта рабочей программы до обновления   | Содержание пункта рабочей программы после обновления  |
|---|---|
| <p><b>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>7.1. Основная литература:</b><br/>1. Герчикова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. **</p> <p>2. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. **</p> <p>3. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b><br/>1. Климович, Л.К. Основы менеджмента : учебник / Л.К. Климович. - 2-е изд., стер. - Минск : РИПО, 2015. - 279 с. **</p> <p>2. Федоренко К. П., Витюк В. В., Нетаев О. В. Общий и таможенный менеджмент: учебник<br/>/ К.П. Федоренко, В.В. Витюк, О.В. Нетаев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 618 с. **</p> <p>* Библиотека РИЗП.<br/>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p> | <p><b>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>7.1. Основная литература:</b><br/>1. Кайдашова, А. К. Международный маркетинг : учебно-методическое пособие : [16+] / А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. : ил., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=562623">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=562623</a> **</p> <p>2. Основы международного менеджмента и маркетинга : учебное пособие : [16+] / О. Т. Шипкова, О. В. Шатаева, Е. В. Скубрий, М. В. Николаев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 168 с. : табл., ил. - Режим доступа: по подписке. - URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=615680">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=615680</a> **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b><br/>1. Нинштиль, Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие : [16+] / Е. Ю. Нинштиль, Т. И. Заяц ; Новосибирский государственный технический университет. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. - 119 с. : ил., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576429">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576429</a> **</p> <p>* Библиотека РИЗП.<br/>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p> |
| <b>Раздел 10.</b>   | <b>Раздел 10.</b>   |

| Лицензионное программное обеспечение:  | Лицензионное программное обеспечение:  |
|--|--|
| <p>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис 2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8.</p> | <p>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис 2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8, 1 c: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений.</p> |
| <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p>   | <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p>   |
| <p>49. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p>   | <p>49. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p>   |
| <p>50. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>  | <p>50. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>  |
| <p>51. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>   | <p>51. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>   |

и дополнения:

Дополнить рабочую программу по дисциплине (модулю) разделами:

### **Раздел 12. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.**

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

### **Раздел 13. Реализация образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий**

Согласно части 2 статьи 16 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ возможна реализация в образовательных

организациях образовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий.

При реализации дистанционного обучения образовательная организация обеспечивает функционирование электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет", а также освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Организация предоставляет учебно-методическую помощь обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Организация самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки и соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимся, и учебных занятий с применением дистанционных образовательных технологий.

Обновления вносит \_\_\_\_\_

(подпись)

к.э.н. доц. Левчук В.В.

(должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры «Маркетинг, реклама и туризм» протокол № 10 «24» мая 2021 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись)

(Ф.И.О)

к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.