

**Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международный маркетинг»
Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата направления 38.03.02
«Менеджмент»**

Данная дисциплина относится к профессиональному циклу (дисциплины по выбору) и имеет индекс Б1.В.ДВ.12.

Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целью настоящей дисциплины является – дать общие представления о комплексе международного маркетинга, подходах к разработке его важнейших элементов и принципах организации структур управления маркетинга на зарубежных рынках.

В ходе ее достижения решаются следующие задачи:

- 1) раскрытие механизма выбора иностранного рынка;
- 2) изложение теоретических основ товарной, ценовой, сбытовой политики и политики продвижения в международном маркетинге;
- 3) привитие навыков разработки эффективных мероприятий в области управления международной маркетинговой деятельностью.

Содержание дисциплины, структурированное по темам

- Тема 1. Теоретические основы международного маркетинга
- Тема 2. Современная среда международного маркетинга
- Тема 3. Международные маркетинговые исследования
- Тема 4. Международная сегментация
- Тема 5. Выбор иностранного рынка
- Тема 6. Товарная политика в международном маркетинге
- Тема 7. Международная ценовая политика
- Тема 8. Международная сбытовая политика
- Тема 9. Политика продвижения в международном маркетинге
- Тема 10. Управление международной маркетинговой деятельностью

Основные образовательные технологии

При реализации дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Лекция. Лекции построены на основе использования активных форм обучения: - лекция-беседа (преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов),

- проблемная лекция (с помощью проблемной лекции обеспечивается достижение трех основных дидактических целей: усвоение студентами теоретических знаний; развитие теоретического мышления; формирование познавательного интереса к содержанию учебного предмета и профессиональной мотивации будущего специалиста),

- лекция с заранее запланированными ошибками (Эта форма проведения лекции необходима для развития у студентов умений оперативно анализировать профессиональные ситуации, выступать в роли экспертов, оппонентов, рецензентов, вычленять неверную или неточную информацию).

На каждой лекции применяется сочетание этих форм обучения в зависимости от подготовленности студентов и вопросов, вынесенных на лекцию.

Присутствие на лекции не должно сводиться лишь к автоматической записи изложения предмета преподавателем. Более того, современный насыщенный материал каждой темы не может (по времени) совпадать с записью в тетради из-за разной скорости процессов - мышления и автоматической записи. Каждый студент должен разработать для себя систему ускоренного фиксирования на бумаге материала лекции. Поэтому, лектором рекомендуется формализация записи посредством использования общепринятых логико-математических символов, сокращений, алгебраических (формулы) и геометрических (графики), системных (схемы, таблицы) фиксации изучаемого материала. Овладение такой методикой, позволяет каждому студенту не только ускорить процесс изучения, но и повысить его качество, поскольку успешное владение указанными приемами требует переработки, осмысления и структуризации материала.

Семинарские занятия. Приступая к изучению данного курса, следует особое внимание обратить на подбор учебных изданий по предмету, предполагающих активные формы обучения. В рамках каждой темы в соответствии с рабочей программой предлагается план изучения темы, подкрепленный рядом проблемных вопросов для самостоятельной подготовки и индивидуального ответа.

Вопросы составлены таким образом, чтобы акцентировать внимание на отдельных важных аспектах изучаемой проблемы. Выполнение заданий формируют навыки выделения важных моментов в большом объеме нового материала, стимулирует активный поиск полного ответа на сформулированную кратко учебную проблему.

Практическое занятие – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков.

Практические занятия по отдельным дисциплинам рекомендуется проводить в форме семинаров, что позволяет студентам привить практические навыки самостоятельной работы с научной литературой, получить опыт публичных выступлений.

Семинар - составная часть учебного процесса, групповая форма занятия при активном участии студентов. Семинары способствуют углублённому изучению наиболее сложных проблем дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, вести полемику, убеждать, доказывать, опровергать, отстаивать свои убеждения, рассматривать ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Всё это помогает приобрести навыки и умения, необходимые современному специалисту. Подготовка к семинару зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, эссе, реферата (с последующим их обсуждением).

Подготовка к экзамену. Подготовка к экзамену предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических занятий.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплин, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата направления 38.03.02 «Менеджмент»

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю) «Международный маркетинг»:

способностью решать задачи производственной и технологической деятельности на профессиональном уровне, включая: разработку алгоритмических и программных решений в области системного и прикладного программирования (ПК-9);

В ходе обучения дисциплины студенты готовятся к следующим видам деятельности:

1. аналитическая деятельность
2. научно-исследовательская деятельность
3. педагогическая деятельность

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- ✓ проблемы маркетинга во внешнеэкономической деятельности;
- ✓ основы организации внешнеэкономической деятельности;
- ✓ закономерности развития мирового рынка;
- ✓ возможные проблемы зарубежной окружающей среды.

Уметь:

- ✓ планировать международную деятельность предприятия;
- ✓ решать вопросы экспортной, товарной и ценовой политики;
- ✓ рассчитывать экономическую эффективность выхода на международный рынок;
- ✓ адаптировать экспортную стратегию фирмы под требования зарубежного рынка.

Владеть:

- ✓ навыками просчитывать ситуации международного бизнеса;
- ✓ использовать на практике стратегии и методы международного маркетинга для расширения международных связей предприятий;
- ✓ навыками решать вопросы экспортной товарной и ценовой политики;
- ✓ навыком планировать экспортную стратегию.

Приобрести опыт деятельности в рамках своей компетенции.

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием форм контроля

Таблица 1. Выписка из учебного плана

№ п/п	Семестр	Трудоемкость		Лекционные занятия (час.)	Лабораторные занятия (час.)	Практические занятия (час.)	КСР (час.)	СРС (час.)	Контроль	Форма контроля
		зач. ед.	час							
очная	2	72	72	18	-	18	-	36	-	зачет
заочная	2	72	72	6	-	6	-	56	4	зачет