

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 18.06.2026 08:58:41

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331025a9

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических
наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Международный маркетинг

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика
Форма обучения	очно-заочная
Год начала обучения	2026
Реализуется	7 семестр

Разработано

кандидат экономических наук,
доцент, доцент кафедры менеджмента
Шацкая Е.Ю.

Ставрополь, 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Международный маркетинг» является формирование профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2) у студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Цель дисциплины – определение особенностей элементов маркетинга на международном рынке с учетом специфики внешних рынков и формулирование маркетинговой стратегии.

Сформулированная цель изучения дисциплины может быть достигнута решением следующих задач:

- освоение необходимых теоретических знаний;
- изучение сущности основных принципов и форм международной маркетинговой деятельности в современных условиях;
- выявление специфики методов, средств и инструментов международного маркетинга в целом и для России в частности;
- получение практических навыков международной маркетинговой деятельности в условиях конкуренции на рынке.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1 Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ИД-1. ПК-1. Применяет навыки сбора, группировки и систематизации информации, необходимой для анализа внутренней и внешней среды организации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	опираясь на знания подходов к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга, способен оценивать воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и принимать маркетинговые решения, способствующие выходу на зарубежные рынки
ПК-2 Способен принимать организационно-управленческие решения по управлению бизнес-процессами в маркетинге	ИД-1. ПК-2. Понимает и знает особенности исследования, планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта на основе потребительского поведения	опираясь на знания особенностей планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных международных рынках сбыта на основе потребительского поведения, способен планировать производство и сбыт продукции на зарубежные рынки с учетом рыночной конъюнктуры

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е. 144 академ. ч.	ОЗФО, в академ. часах
Контактная работа	18
Лекции/из них практическая подготовка	6/-
Практический занятий/ из них практическая подготовка	12/-
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	126
Формы контроля	
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	(нет)
Реферат	+

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

5. 1. Тематический план дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируем ые компетенци и, индикаторы	Очная форма			Само стоят ельн ая рабо та, часо в	Форма текущег о контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов				
			Лек ции	Прак тичес кие занят ия	Лабор аторн ые работ ы		
1	Сущность и роль международного маркетинга в развитии мировой экономики 1. Международный маркетинг: содержание, понятия и сущность. 2. Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия 3. Внешнеэкономичес кая деятельность России в начале XXI в. и особенности ее развития Этапы вхождения иностранных компаний на российский рынок	ИД-1. ПК-1.	2	2		14	Индивиду альные творчески е задания, тестирова ние
2	Методологические основы управления международным маркетингом 1. Управление международным маркетингом и его особенности Характерные черты американской и японской систем управления 2. Основные типы организационных структур отдела маркетинга: преимущества и недостатки 3. Кадровая политика в управлении маркетингом на международном рынке 4. Функции и подфункции международного маркетинга.	ИД-1. ПК-1.	-	-		14	Индивид уальные творческ ие задания, Собеседо вание

3	Среда международного маркетинга 1. Понятие маркетинговой окружающей среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы окружения международного маркетинга 2. Экономическая среда 3. Политическая и правовая среда 4. Культурная среда.	ИД-1. ПК-1.	2	2		14	Групповые задания, Собеседование
4	Подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области международного маркетинга. 1. Основные направления международных исследований 2. Система сбора международной маркетинговой информации с использованием цифровых технологий 3. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках Виды, оценка и отбор зарубежных рынков 5. Формирование информационно-справочной системы о зарубежных фирмах.	ИД-1. ПК-1.	-	2		14	Собеседование
5	Международное сегментирование и стратегии выхода на зарубежные рынки 1. Сегментирование международного рынка 2. Виды, оценка и	ИД-1. ПК-1. ИД-1. ПК-2	2	2		14	Собеседование

	отбор зарубежных рынков.. Особенности планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных международных рынках сбыта на основе потребительского поведения. 3. Основные стратегии выбора целевых рынков за рубежом 4. Стратегии проникновения на внешние рынки 5. Стратегии позитивного сохранения зарубежных рынков.						
6	Международная конкуренция и конкурентоспособность 1. Сущность и основные понятия международной конкуренции и конкурентоспособности 2. Методические подходы к анализу конкурентоспособности 3. Основные направления повышения международной конкурентоспособности экономики России.	ИД-1. ПК-1. ИД-1. ПК-2	-	2		14	Собеседование, Эссе
7	Методы и способы выхода на зарубежные рынки 1. Технология внедрения фирмы на зарубежные рынки 2. Экспорт. Компенсационные сделки (бартер). Лицензионные соглашения. Франчайзинг. 3. Производственная кооперация и контракты. Прямое инвестирование Совместные предприятия и приобретение зарубежной компании.	ИД-1. ПК-2	-	2		14	Собеседование
8	Международная товарная политика и ценообразование 1. Экспортная товарная политика	ИД-1. ПК-2	-	-		14	Собеседование

	2. Международный жизненный цикл товара 3. Конкурентоспособность товара и товарные инновации 4. Торговая марка. Товарный знак. Упаковка и маркировка в экспортной политике. 5. Факторы, влияющие на цену 6. Решения по ценообразованию в международном маркетинге						
9	Международные средства коммуникации 1. Маркетинговые коммуникации в международном бизнесе 2. Особенности международной рекламы Современные направления международной рекламы	ИД-1. ПК-1. ИД-1. ПК-2	-	-		14	Собеседование
	ИТОГО за 7 семестр		6	12.0 0		126	
	ИТОГО		6	12.0 0		126	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Международный маркетинг» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины. ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с. — (Высшее образование). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-534-17118-1, экземпляров неограничено

2. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 182 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). -Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02720-8, экземпляров неограничено

3. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг Электронный ресурс : учебник / М.Э. Сейфуллаева. - Международный маркетинг, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 319 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-238-00800-7, экземпляров неограничено

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1 Акулич, И. Л. Международный маркетинг : Учебник / Акулич И. Л. - Минск : ТетраСистемс, Тетралит, 2024. - 512 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-985-7081-32-5, экземпляров неограничено

2 Яковлева, Е. А. Международный маркетинг / Е.А. Яковлева ; М.А. Шибеев. - Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2023. - 88 с. - ISBN 978-57994-0508-3, экземпляров неограничено

3 Международный маркетинг : учеб. пособие для вузов / [Нагапетьянц Н. А., Романенкова О. Н., Каменева Н. Г. и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2023. - 290, [1] с. : ил. ; 22. - (Вузовский учебник). - Гриф: Доп. МО. - Библиогр.: с. 287-288. - ISBN 978-5-9558-0219-0. - ISBN 978-5-16-004983-0, экземпляров неограничено

4 Лашко, С. И. Международный маркетинг : Учебное пособие / Лашко С. И. - Краснодар : Южный институт менеджмента, 2024. - 248 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-93926-211-8, экземпляров неограничено

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Международный маркетинг» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, 2026 - [Электронная версия]

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Международный маркетинг» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, 2026 - [Электронная версия]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

2. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов — Режим доступа: <http://fcior.edu.ru>

4. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» — Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>

5. Наука о рекламе – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>

6. Законы и кодексы РФ – Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru/zakon-o-reklame>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. Профессиональная база данных Росстата — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases

2. Информационная справочная система КонсультантПлюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

3. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ — Режим доступа: <http://www.garant.ru>

4. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

Программное обеспечение:

1. Альт Рабочая станция 10

2. Альт Рабочая станция К

3. Альт «Сервер»

4. Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и возможностью доступа к электронной информационнообразовательной среде университета.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорнодвигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-

встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.