

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.08.2023 11:41:00

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

## Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

# Международный маркетинг

Закреплена за подразделением Центр стратегического менеджмента и конъюнктуры сырьевых рынков

Направление подготовки 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль Стратегический менеджмент международных минерально-сырьевых компаний

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144  
в том числе: Формы контроля в семестрах:  
экзамен 1

аудиторные занятия 36

самостоятельная работа 54

часов на контроль 54

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	10	10	10	10
Практические	26	26	26	26
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	54	54	54	54
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ**

1.1	Цель освоения дисциплины (модуля) - сформировать у обучающихся четкое представление о международном маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации прежде всего зарубежной внешнеэкономической и предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по организации экспорта и импорта товаров и услуг, а также производственной деятельности на внешних рынках.
1.2	
1.3	Задачами дисциплины (модуля) следующие направления:
1.4	- дать четкое представление о современных методах маркетинговой работы на мировом рынке;
1.5	- привить знания по анализу и построению обзоров и прогнозов развития международной маркетинговой среды и мирового рынка;
1.6	- научить адаптироваться в международной, иностранной, отличающейся от национальной, культурной среде;
1.7	- познакомить с основными стратегиями выхода на зарубежные рынки;
1.8	- дать представление об основных маркетинговых стратегиях расширения внешней торговли и международного бизнеса;
1.9	- научить различать глобальный и мультинациональный маркетинг, владеть соответствующими технологиями;
1.10	- дать знания по повышению международной конкурентоспособности товаров и услуг, по инновационной и ассортиментной политике компании в международном бизнесе;
1.11	- научить отличиям и преимуществам в использовании различных моделей международного жизненного цикла товара и его оптимизации на мировом рынке;
1.12	- научить пользоваться методами ценообразования на мировых рынках;
1.13	- дать представление о механизме трансфертных цен; научить технологиям международной рекламы, ПР, прямого маркетинга и стимулирования экспорта;
1.14	- дать знания по международному бренд-менеджменту и системе оценке стоимости международного бренда; познакомить с особенностями построения организационных структур управления международной маркетинговой деятельностью;
1.15	- обучить основным приемам международного маркетингового планирования;
1.16	- научить методам оценки эффективности международной маркетинговой деятельности.

**2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ОП:		Б.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Корпоративные информационные системы	
2.2.2	Научно-исследовательская работа: стратегическое управление предприятием минерально-сырьевого комплекса	
2.2.3	Научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы)	
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.5	Производственная практика	

**3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ**

**ОПК-2:** Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач, осуществлять моделирование, анализ и эксперименты в целях проведения детального исследования для решения сложных задач

**Знать:**

ОПК-2-31 передовые методы и технологии сбора и использования информации о потребителях и их поведении на рынке;

**ОПК-5:** Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты

**Знать:**

ОПК-5-31 современные особенности эффективного проведения исследовательской работы;

ОПК-5-32 источники литературы, базы данных и другие источники информации;

<b>УК-1: Способен осуществлять критический анализ новых и сложных инженерных объектов, процессов и систем в междисциплинарном контексте, проблемных ситуаций на основе системного подхода, выбрать и применить наиболее подходящие и актуальные методы из существующих аналитических, вычислительных и экспериментальных методов или новых и инновационных методов, выработать стратегию действий</b>
<b>Знать:</b>
УК-1-33 продукцию, процессы и системы в рамках междисциплинарных областей;
УК-1-32 современные процессы развития маркетинговой среды и мирового рынка в рамках широких междисциплинарных областей;
УК-1-31 основные маркетинговые стратегии расширения внешней торговли и международного бизнеса для моделирования объектов и процессов с использованием новейших технологий;
<b>ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты</b>
<b>Уметь:</b>
ОПК-5-У2 интерпретировать результаты полученные в ходе самостоятельных научных исследований мирового рынка;
<b>ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач, осуществлять моделирование, анализ и эксперименты в целях проведения детального исследования для решения сложных задач</b>
<b>Уметь:</b>
ОПК-2-У2 умение выбрать передовые методы и технологии для планирования и организации проведение маркетингового исследования, изучения потребительского поведения;
<b>ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты</b>
<b>Уметь:</b>
ОПК-5-У1 обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;
<b>ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач, осуществлять моделирование, анализ и эксперименты в целях проведения детального исследования для решения сложных задач</b>
<b>Уметь:</b>
ОПК-2-У1 находить и получать необходимые данные об объекте исследования;
<b>УК-1: Способен осуществлять критический анализ новых и сложных инженерных объектов, процессов и систем в междисциплинарном контексте, проблемных ситуаций на основе системного подхода, выбрать и применить наиболее подходящие и актуальные методы из существующих аналитических, вычислительных и экспериментальных методов или новых и инновационных методов, выработать стратегию действий</b>
<b>Уметь:</b>
УК-1-У2 проектировать и разрабатывать продукцию, процессы и системы в условиях неопределенности и альтернативных решений в рамках междисциплинарных областей;
УК-1-У1 анализировать и использовать опыт междисциплинарной обработки информации по продукции, процессам и системам;
УК-1-У3 анализировать и использовать опыт междисциплинарной обработки информации по продукции, процессам и системам;
<b>ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты</b>
<b>Владеть:</b>
ОПК-5-В1 навыками проведения самостоятельных исследований в области мирового рынка сырья;
ОПК-5-В2 способностью к критическому мышлению, навыками проведения анализа и интерпретации результатов исследования;
<b>ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач, осуществлять моделирование, анализ и эксперименты в целях проведения детального исследования для решения сложных задач</b>
<b>Владеть:</b>
ОПК-2-В1 навыками решения нестандартных и сложных задач в условиях неопределенности и альтернативных решений с использованием соответствующих аналитических, вычислительных и экспериментальных методов, а также новых инновационных методов;

**УК-1: Способен осуществлять критический анализ новых и сложных инженерных объектов, процессов и систем в междисциплинарном контексте, проблемных ситуаций на основе системного подхода, выбрать и применить наиболее подходящие и актуальные методы из существующих аналитических, вычислительных и экспериментальных методов или новых и инновационных методов, вырабатывать стратегию действий**

**Владеть:**

УК-1-В1 навыками решения проблемных ситуаций на основе системного подхода;

УК-1-В2 навыками применения аналитических, вычислительных и экспериментальных методов или новых и инновационных методов для выработки стратегии действий;