

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 22.09.2023 11:18:59

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

Основы стратегического международного маркетинга

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 6

аудиторные занятия

17

самостоятельная работа

91

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	18			
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	17	17	17	17
Итого ауд.	17	17	17	17
Контактная работа	17	17	17	17
Сам. работа	91	91	91	91
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Формирование системного представления о теории и практике стратегического международного маркетинга с целью создания маркетинговой стратегии, плана и рекламного продвижения товаров, услуг и т.д. – в зависимости от направления деятельности организации
-----	--

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:	Б1.В.ДВ.10
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Введение в практику письменного перевода
2.1.2	Методика обучения иностранным языкам
2.1.3	Основы медиакоммуникации
2.1.4	Основы медиалингвистики
2.1.5	Основы психологии
2.1.6	Современные технологии в переводе
2.1.7	Основы методики обучения иностранным языкам
2.1.8	Основы теории и практики перевода
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Event management в системе маркетинговых коммуникаций
2.2.2	Введение в синхронный перевод
2.2.3	Локализация и управление проектами в переводе
2.2.4	Машинный перевод и постредактирование машинного перевода
2.2.5	Менторство и профессиональная деформация
2.2.6	Основы педагогического общения
2.2.7	Основы рерайтинга и копирайтинга
2.2.8	Основы создания личного бренда
2.2.9	Особенности коммуникации в инклюзивном образовании
2.2.10	Педагогические технологии
2.2.11	Педагогический менеджмент
2.2.12	Перевод в научно-технической сфере
2.2.13	Перевод деловой документации
2.2.14	Перевод научной публицистики
2.2.15	Практика устного перевода
2.2.16	Реферирование и аннотирование
2.2.17	Современные тенденции в преподавании иностранных языков
2.2.18	Современные технологии в медиакоммуникации
2.2.19	Теория и практика перевода
2.2.20	Тьюторство в системе образования
2.2.21	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.22	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы
2.2.23	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.24	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-1: Способен синтезировать лингвистические, лингводидактические и/ или переводческие знания для решения профессиональных задач и применять их в практической деятельности

Знать:

ПК-1-31 Законодательство, регулирующее маркетинг деятельность
 Знать современные методики маркетинга
 Знать основы экономики и финансов (для управления ценой и бюджетом)
 Знать основы социологии и психологии (для понимания потребителя)
 Знать лингвистические основа для создания коммуникационных текстов

Уметь:

ПК-1-У1 Изучать тренды рынка Проводить анализ конкурентов Проводить анализ целевой аудитории Анализировать данные с целью создания потребительских инсайтов Уметь и использовать лингвистические знания для создания коммуникационных текстов

Владеть:

ПК-1-В1 Обладать коммуникационными навыками Создавать позиционирование бренда Создавать маркетинг стратегию Владеть командной работой Владеть декомпозицией больших задач в конкретные шаги Иметь навык создания коммуникационных текстов с учетом лингвистических особенностей
--