

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по безопасности и общим вопросам

Дата подписания: 02.08.2023 11:57:50

Уникальный программный ключ:

d7a26b9e8ca85e98ac3de2eb454b4659d961f749

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы стратегического международного маркетинга

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

Формы контроля в семестрах:
зачет с оценкой 6

в том числе:

аудиторные занятия 17

самостоятельная работа 91

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 6 (3.2) | | Итого | |
|---|---------|-----|-------|-----|
| | 18 | | | |
| Неделя | УП | РП | УП | РП |
| Вид занятий | | | | |
| 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 |

Программу составил(и):

Рабочая программа

Основы стратегического международного маркетинга

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 45.03.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.03.02-БЛГ-22.plx , утвержденного Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" в составе соответствующей ОПОП ВО 28.02.2022, протокол №

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, , утвержденной Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" 28.02.2022, протокол №

Рабочая программа одобрена на заседании

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Протокол от 16.06.2021 г., №10

Руководитель подразделения Бондарева Лилия Владимировна, к.полит.н., доцент

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 | Общая теория перевода |
| 2.1.8 | Основы методики обучения иностранным языкам |
| 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 | Основы теории и практики перевода |
| 2.2.10 | Особенности коммуникации в инклюзивном образовании |
| 2.2.11 | Педагогические технологии |
| 2.2.12 | Педагогический менеджмент |
| 2.2.13 | Перевод в научно-технической сфере |
| 2.2.14 | Перевод деловой документации |
| 2.2.15 | Перевод научной публицистики |
| 2.2.16 | Практика устного перевода |
| 2.2.17 | Реферирование и аннотирование |
| 2.2.18 | Современные тенденции в преподавании иностранных языков |
| 2.2.19 | Современные технологии в медиакоммуникации |
| 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 лингвистическая 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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Формируемые индикаторы компетенций | Литература и эл. ресурсы | Примечание | КМ | Выполняемые работы |
|-------------|---|----------------|-------|------------------------------------|--|------------|-----|--------------------|
| | Раздел 1. Раздел 1. Концептуальные основы стратегического международного маркетинга | | | | | | | |
| 1.1 | Концептуальные основы стратегического международного маркетинга, его цели, задачи, разделы, кросс-культурные различия /Пр/ | 6 | 4 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 | | | Р1 |
| 1.2 | Инструменты для создания маркетинг стратегии /Пр/ | 6 | 4 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | КМ2 | Р1,Р3 |
| 1.3 | Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка реферата /Ср/ | 6 | 29 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | | Р2 |
| | Раздел 2. Создания позиционирования брендов | | | | | | | |
| 2.1 | Цель и принципы создания позиционирования /Пр/ | 6 | 4 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | | Р1 |
| 2.2 | Практическое создание позиционирования – изучение практик мировых брендов, создание собственных примеров. /Пр/ | 6 | 2 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | КМ3 | Р1,Р3 |
| 2.3 | Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка проекта /Ср/ /Ср/ | 6 | 30 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | | Р2 |
| | Раздел 3. Теория и практика создания маркетинг стратегии | | | | | | | |
| 3.1 | Современные подходы к созданию маркетинг стратегии – создание продукта, ценообразование, системы продаж и продвижения /Пр/ | 6 | 3 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | | Р1 |

| | | | | | | | | |
|-----|--|---|----|-------------------------|--|--|-----|-------|
| 3.2 | Написание маркетинг стратегии – изучение международных примеров, создание собственной стратегии. /Ср/ | 6 | 2 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | КМ1 | Р1,Р3 |
| 3.3 | Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка проекта /Ср/ | 6 | 30 | ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1 | | | | Р2 |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

| Код КМ | Контрольное мероприятие | Проверяемые индикаторы компетенций | Вопросы для подготовки |
|--------|-------------------------|------------------------------------|---|
| КМ1 | кейс | ПК-1-У1;ПК-1-В1 | разработка позиционирование бренда |
| КМ2 | реферат | ПК-1-В1;ПК-1-31 | основные принципы создания позиционирования брендов |
| КМ3 | проектная работа | ПК-1-В1 | создание бренда - позиционирование и стратегия |

5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)

| Код работы | Название работы | Проверяемые индикаторы компетенций | Содержание работы |
|------------|----------------------------------|------------------------------------|--|
| Р1 | посещение и активность | ПК-1-31;ПК-1-У1;ПК-1-В1 | Активная работа на занятиях, участие в дискуссиях. |
| Р2 | Чтение дополнительной литературы | ПК-1-31;ПК-1-У1;ПК-1-В1 | Изучение научной литературы по обсуждаемым вопросам |
| Р3 | тесты | ПК-1-31;ПК-1-У1;ПК-1-В1 | Прохождение тестов, проверяющих знания студентов по определенному модулю |

5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

51 - 69 % - удовлетворительно
70 - 84% - хорошо
85 - 100% - отлично

Кейс - 20 баллов
Рефераты/доклады - 30 баллов
Проектная работа - 50 баллов

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|------|--|--|------------------------|--|
| Л1.1 | Бурцева Т. А., Сизов В. С., Цень О. А. | Управление маркетингом: учебное пособие | Электронная библиотека | Москва: Экономист, 2005 |
| Л1.2 | Самагина О. А. | Маркетинг: учебно-практическое пособие: учебное пособие | Электронная библиотека | Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003 |
| Л1.3 | Золоторева Е. А. | Основы бизнеса и маркетинга: учебно-методическое пособие | Электронная библиотека | Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003 |

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|------|-------------------------|--|------------------------|---|
| Л1.4 | Невоструев П. Ю. | Маркетинг и маркетинговые исследования: учебно-методический комплекс | Электронная библиотека | Москва: Евразийский открытый институт, 2011 |
| Л1.5 | Невоструев П. Ю. | Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие: учебное пособие | Электронная библиотека | Москва: Евразийский открытый институт, 2011 |
| Л1.6 | Сейфуллаева М. Э. | Международный маркетинг: учебник | Электронная библиотека | Москва: Юнити, 2015 |
| Л1.7 | Жук Е. С., Кетова Н. П. | Стратегический маркетинг: учебник | Электронная библиотека | Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011 |
| Л1.8 | Годин А. М. | Маркетинг: учебник для бакалавров: учебник | Электронная библиотека | Москва: Дашков и К°, 2016 |

6.3 Перечень программного обеспечения

| | |
|-----|----------------------|
| П.1 | ESET NOD32 Antivirus |
| П.2 | Microsoft Office |
| П.3 | LMS Canvas |
| П.4 | MS Teams |

6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В ходе учебного процесса используются такие интерактивные формы проведения занятий, как дискуссии, выступления с докладами, анализ кейсов, представление результатов проектной работы в виде публичной презентации.

Самостоятельная внеаудиторная работа студентов включает в себя подготовку ими рефератов и докладов, а также написание командного проекта коммуникационной программы.

В рамках учебного курса предусмотрены мастер-классы специалистов в области коммуникационного менеджмента, работающих в отечественных и зарубежных компаниях.