

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*



Первый проректор

Л.А. Агузарова

20 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Международные маркетинговые стратегии»

Направление подготовки 38.04.01 Экономика
Программа/профиль - Международный бизнес и логистика

Квалификация (степень) выпускника - магистр

Владикавказ – 2020

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.04 01 Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г., № 321.

Составитель – канд.экон.наук, доцент Лазаров Б.А.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры международных экономических отношений (протокол № 7 от «23» марта 2020г.)

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).
Форма промежуточной аттестации – зачет.

	Очная форма обучения
Курс	2
Семестр	3
Лекции	18
Практические (семинарские) занятия	18
Лабораторные занятия	-
Консультации	-
Итого аудиторных занятий	36
Самостоятельная работа	36
Курсовая работа	-
Зачет	+
Общее количество часов	72

2. Цели освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Международные маркетинговые стратегии» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области изучения международных рынков, разработки стратегий международного бизнеса и применения инструментов международного маркетинга и менеджмента.

Основные задачи дисциплины:

- изучение особенностей международного маркетинга при осуществлении международной деятельности;
- ознакомление с методами исследований и оценки привлекательности внешних рынков;
- ознакомление с основными способами выхода и формами присутствия на внешних рынках;
- ознакомление с методами оценки конкурентоспособности предприятия и его продукции на международных рынках;
- приобретение навыков принятия эффективных решений, касающихся международной товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики;
- ознакомление с опытом маркетинговой деятельности ведущих мировых компаний;
- ознакомление с системами международных маркетинговых коммуникаций

3. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Международные маркетинговые стратегии» является дисциплиной по выбору вариативной части Блока 1 учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.01 Экономика, программа «Международный бизнес».

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в магистратуре в результате освоения таких дисциплин, как правоведение, социология, психология, политология, культурология, история мировой экономики, макроэкономика, микроэкономика, эконометрика, статистика, маркетинг,

менеджмент, мировая экономика, финансы, международная экономика, международные экономические отношения, мировые финансовые и товарные рынки.

Знания и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Международные маркетинговые стратегии», необходимы для освоения других базовых специальных дисциплин и вариативных дисциплин.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОПК-3	способность принимать организационно-управленческие решения
ПК-7	способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-3	<ul style="list-style-type: none"> - сущность основополагающих законов маркетинга, особенности их проявления в практической деятельности при выходе фирмы на международный рынок. - основные термины, определения, понятия и категории; 	<ul style="list-style-type: none"> - использовать эти навыки в условиях российского рынка; - выявлять специфику методов, средств и инструментов международного маркетинга; 	<ul style="list-style-type: none"> - информационными технологиями для прогнозирования и управления международным маркетингом.
ПК-7	<ul style="list-style-type: none"> - важнейшие этапы развития международного маркетинга; - основное содержание современных направлений международного 	<ul style="list-style-type: none"> - комплексно оценивать рыночную ситуацию при выходе на внешний рынок; - применять теоретические знания и полученные практические навыки в условиях жесткой конкуренции на рынке; 	<ul style="list-style-type: none"> - методикой построения организационно-управленческих моделей международной деятельности;

	маркетинга; - сущность основополагающих законов маркетинга, особенности их проявления в практической деятельности при выходе фирмы на международный рынок.	- разбираться в основных решениях, которые предполагает международная маркетинговая деятельность.	
--	---	--	--

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по дисциплине	Заняти я		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литера тура
		л	п р	Содержание	Ча сы		
1-2	Тема 1. Понятие и содержание стратегического планирования в международной маркетинговой деятельности	2	2	Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическому занятию	4	Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационны е кейсы.	1-4
3-6	Тема 2. Содержание и основные этапы разработки международных маркетинговых стратегий	4	4	ТНК как основа процессов глобализации в мировой экономике и международном маркетинге – круглый стол	6	Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационны е кейсы	1-4
7-8	Тема 3. Классификация международных маркетинговых стратегий	2	2	Подготовка презентации на тему «Эволюция модели маркетинговой среды», используя релевантную научную литературу и периодику.	4	устный опрос, Ситуационны е кейсы.	1-4

9-10	Тема 4. Стратегические подходы к комплексу международного маркетинга	2	2	Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическим занятиям.	8	Устный опрос, сообщения по вопросам темы.	1-4
11-14	Тема 5. Конкурентные международные маркетинговые стратегии	4	4	Международная конкурентоспособность товара и фирмы	8	Опрос, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы. Тестирование	1-4
15-18	Тема 6. Международные маркетинговые стратегии расширения рыночной активности фирмы	4	4	Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическим занятиям	6	Опрос, презентация Ситуационные кейсы. Тестирование	1-4
	Итого:	18	18		36		

Примечание:

Отдельные виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов СОГУ.

При использовании индивидуальных образовательных траекторий в рамках индивидуального учебного плана подготовки магистра изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и содержание стратегического планирования в международной маркетинговой деятельности

Понятие и сущность международного маркетинга. Концепция международного маркетинга. Особенности международного маркетинга. Роль и задачи международного маркетинга в повышении эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий. Влияние глобализации мировой экономики на стратегии международного развития. Мотивы и этапы интернационализации предприятия. Основные решения, принимаемые фирмой, планирующей заняться международным маркетингом.

Обоснование целесообразности выхода на внешний рынок. Выбор и ранжирование возможных зарубежных рынков. Методы выхода на внешний рынок: экспорт, создание совместных предприятий, прямые иностранные инвестиции и создание производственных мощностей за рубежом. Основные понятия стратегического планирования. Роль стратегического маркетингового плана на предприятии. Особенности стратегического планирования международной деятельности фирм. Ограничения сферы применения стратегического планирования.

Тема 2. Содержание и основные этапы разработки международных маркетинговых стратегий

Понятие стратегии и тактики маркетинга. Определение международной маркетинговой стратегии. Этапы разработки международных маркетинговых стратегий. Понятие окружающей среды международного маркетинга. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга. Виды торговых барьеров. Социокультурная среда и ее роль в международном маркетинге. Тенденции изменения окружающей среды международного маркетинга. Методические подходы к изучению окружающей среды: SWOT-анализ, ситуационный анализ, матричные методы. Исследование внутренней среды. Определение стратегической цели и постановка задач. Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии. Реализация стратегических решений.

Тема 3. Классификация международных маркетинговых стратегий

Существующие подходы к классификации международных маркетинговых стратегий. Признаки, положенные в основу классификации международных маркетинговых стратегий.

Система международных маркетинговых стратегий. Корпоративные стратегии. Функциональные стратегии. Инструментальные стратегии. Подходы к международной сегментации.

Тема 4. Стратегические подходы к комплексу международного маркетинга

Понятие и структура комплекса международного маркетинга. Стратегия стандартизации (глобальный маркетинг). Стратегия адаптации (локальный маркетинг). Стратегия стандартизированной дифференциации (локальный маркетинг). Продуктовые стратегии на внешних рынках. Ценовые стратегии на внешних рынках. Сбытовые стратегии на внешних рынках.

Международные коммуникационные стратегии. Специфика и цели международной рекламы. Стратегии стандартизации и адаптации рекламной деятельности. Диверсификация ассортимента рекламных услуг.

Тема 5. Конкурентные международные маркетинговые стратегии

Понятие и виды конкурентных преимуществ в международном маркетинге. Классификация типов конкурентных стратегий по М. Портеру. Условия формирования, конкурентные преимущества и риски стратегии лидерства на издержках, дифференциации, фокусирования. Классификация типов конкурентных стратегий в зависимости от размеров и ресурсов предприятия.

Тема 6. Международные маркетинговые стратегии расширения рыночной активности фирмы

Базисные стратегии развития организации. Факторы, влияющие на выделение базисных стратегий развития предприятия. Международные маркетинговые стратегии в зависимости от расширения вектора предпринимательской активности на зарубежных рынках. Стратегия расширения присутствия на освоенных рынках. Стратегия развития товара. Стратегия развития новых рынков. Стратегия диверсификации. Разновидности стратегии диверсификации. Международные маркетинговые стратегии в зависимости от доли, занимаемой на рынке. Концентрированный и дисперсный ритмы проникновения на зарубежные рынки. Стратегические варианты наступления и обороны в случае концентрированного и дисперсного ритмов проникновения на зарубежные рынки.

6. Образовательные технологии

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины, используются различные образовательные технологии:

- традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий;
- лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции;
- онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype и др.)
- видеоконференция: сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Технологии электронного обучения реализуются при помощи электронной образовательной среды СОГУ (при использовании ресурсов ЭБС).

7. Методические указания по дисциплине

7.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития и закрепления исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относится: подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и подготовка кратких сообщений по рассматриваемым вопросам, работа со справочными материалами и т.д.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем – текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость презентуемого материала. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты работы целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

7.2. Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине

Практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, решаются задачи, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет изложение теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть конкретными и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос требует большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного материала, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что в активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить степень усвоения нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления обучающихся. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопрос обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования и обеспечивает объективность оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

7.3. Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникационных технологий обучения

Для изучения лекционного материала дисциплины могут применяться аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Каждое практическое занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально

и в малых группах, коллективно обсуждать определенный тематический материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

7.4. Методические рекомендации по подготовке краткого сообщения по результатам работы с литературой и источниками

Для подготовки краткого сообщения студент использует предложенные преподавателем литературу и источники, а также самостоятельно выявленный материал.

Объем сообщения – 5 минут (2-3 страницы текста). Работа должна состоять из частей: 1) краткий анализ источника 2) основные цели автора(ов) источника 3) основные идеи, отраженные в источнике 4) краткие выводы.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний обучающихся. Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры и специалитета в СОГУ.

8.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня освоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

Формами текущего контроля могут быть опросы на практических занятиях, а также короткие (например, до 15 мин.) задания, выполняемые обучающимися в начале занятия с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце занятия для выяснения степени усвоения материала.

Текущий контроль успеваемости обучающихся по программам магистратуры в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программа бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (утверждено приказом № 173 от 08.07.2020 г.) осуществляется в соответствии с рабочей программой дисциплины с использованием следующей системы оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания самостоятельной работы обучающихся

Критерии оценивания презентаций (максимальное количество баллов – 5)

Наименование критерия	Критерии оценивания			
	5	4	3	2
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	Не сформулирована цель и тема. Проблема не решена.
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

Критерии оценивания устного и письменного ответа на практическом занятии по результатам работы с литературой и источниками

Оценка	Критерий
5	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью

	раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.
2	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.

Зачет проводится в устной форме.

Вопросы к зачету по курсу «Международные маркетинговые стратегии»

1. Глобальный и мультинациональный маркетинг.
2. Общее и специфическое в характере международного и внутреннего маркетинга.
3. Стратегические альянсы и консорциумы в международном маркетинге.
4. Международный жизненный цикл товара: характеристика основных его стадий.
5. Основные факторы, влияющие на выбор средств в международной рекламе.
6. Стратегии выбора целевых зарубежных рынков.
7. Международная сегментация: особенности и основные виды.
8. Прямой и косвенный экспорт в международном маркетинге: преимущества, недостатки и тенденции развития.
9. Социально-культурные факторы внешней среды и их влияние на международную маркетинговую деятельность.
10. Ценовые цели и этапы разработки ценовых стратегий и цен в международном маркетинге.
11. Влияние политических и правовых факторов внешней среды на международную маркетинговую деятельность фирмы.
12. Вертикальные и горизонтальные системы сбыта в международном маркетинге.
13. Экономические факторы внешней среды и их влияние на международную маркетинговую деятельность.
14. Виды и функции посредников в международной торговле.
15. Стратегии стандартизации и адаптации товара в международном маркетинге.
16. Основные виды сбытовых сетей в международном маркетинге и сегментация распределения.
17. Современная международная маркетинговая среда: условия турбулентности.
18. Основные факторы и стратегии выхода фирмы на зарубежные рынки.
19. Торговые марки в международном маркетинге и их защита.
20. Уровни и системы контроля в области международного маркетинга.
21. Особенности управления международной маркетинговой деятельностью: планирование, организация, учет и контроль.
22. Многоступенчатость каналов сбыта и три типа сбытовых структур в международном маркетинге.
23. Международный маркетинг: понятие, сущность, виды.
24. Стратегии разработки новых товаров в международном маркетинге.

25. Международная конкурентоспособность фирмы и факторы ее повышения.
26. Требования к упаковке товаров и грузов в международном маркетинге.
27. Особенности и этапы развития международного маркетинга в России.
28. Методы и стратегии ценообразования в международном маркетинге.
29. Средства коммуникации в международном маркетинге.
30. Мировая глобальная и мультинациональная маркетинговая среда.
31. Виды адаптации в международной товарной политике.
32. Основные стратегии комплекса международного маркетинга: стандартизация и адаптация.
33. Стандартизация и адаптация программ рекламных кампаний в международном маркетинге.
34. Основные формы международной сбытовой деятельности.
35. Выбор канала распространения рекламы в международном маркетинге.
36. Товарная политика в системе международного маркетинга.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут»	«Минимальный уровень»	«Средний уровень»	«Высокий уровень»
<u>Компетенции не сформированы.</u>	<u>Компетенции сформированы.</u>	<u>Компетенции сформированы.</u>	<u>Компетенции сформированы.</u>
Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках

<p>основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</p>	<p>вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.</p>	<p>устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.</p>	<p>обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.</p>
--	---	--	---

Методические рекомендации по проведению круглого стола

Круглый стол – это практическое занятие, в основу которого преднамеренно заложены несколько точек зрения на один и тот же вопрос, обсуждение которых подводит к приемлемым для всех участников позициям и решениям.

Основной целью круглого стола является углубление теоретических профессиональных знаний и прогнозирование возможных практических результатов.

В ходе круглого стола решаются следующие педагогические задачи через формирование навыков:

- активного слушания и коммуникации:
 - умения выслушать различные точки зрения;
 - умения отстаивать собственную точку зрения;
- критического мышления и прогнозирования:
 - нахождение значимой информации;
 - критическая оценка доказательств;
 - осознание предубеждений и предвзятости;
 - сотрудничества и позитивного разрешения проблемы;
 - участия в работе групп, решающих общественно значимые проблемы.

Обязательным условием для проведения круглого стола является приглашение сторонних участников (специалистов с производства).

Структура подготовки и проведения круглого стола:

1. Постановка цели и задач.

2. Подготовка к проведению круглого стола.

Преподаватель:

- выбирает тему, которая в свою очередь должна быть противоречивой и неоднозначной;
- подбирает материал;
- разрабатывает план занятия;
- определяет методы, приемы и средства стимулирования творческой и мыслительной активности студентов;
- подбирает наглядный материал и техническое сопровождение, которое располагается таким образом, чтобы всем участникам был виден экран;
- приглашает сторонних участников круглого стола, исходя из содержания темы, вынесенной на круглый стол;
- консультирует студентов (в группе – на начальном этапе подготовки круглого стола, индивидуально – по собственной инициативе или по инициативе студента);
- готовит аудиторию, позволяющую всем участникам разместиться по кругу.

Студент:

- самостоятельно прорабатывает материал по теме круглого стола;
- готовит вопросы по теме круглого стола.

При разработке плана круглого стола преподаватель должен учесть, что он включает в себя:

- цели занятия, ориентированные на то, чему могут (должны) научиться у специалистов студенты и насколько специалисты вызовут (могут вызвать) у студентов интерес к своему делу;
- структуру занятия;
- порядок ведения круглого стола;
- возможные варианты обсуждения темы;
- вопросы и задачи для создания проблемной ситуации;
- приёмы выявления позиций у отдельных лиц или микрогрупп;
- порядок завершения занятия.

Основными критериями круглого стола являются:

- неразрешённый вопрос;
- равноправное участие представителей всех заинтересованных сторон;
- выработка приемлемых для всех участников решений по обсуждаемому вопросу.

3. Проведение круглого стола.

Для ведения круглого стола обязательно назначается ведущий. Ведущим может быть как сам преподаватель, так и кто-то из студентов.

Ведущему необходимо соблюдать принцип справедливости в очередности выступлений, быть готовым к непредвиденным ситуациям, которые могут возникнуть в ходе круглого стола, а также соблюдать нейтралитет и не склоняться ни к одной из точек зрения участников.

Деятельность ведущего охватывает решение четырех основных вопросов:

С чего начинать занятие?

Кому, и в какой последовательности давать слово?

Что делать, если участники в своих выступлениях начали повторяться?

Чего нельзя допускать за круглым столом?

1. С чего начинать занятие?

Занятие начинается со вступительного слова ведущего, в котором ставятся цели и задачи встречи, а также определяются позиции участников. Открытие круглого стола должно быть впечатляющим, так как от него зависит ход всего занятия и эмоциональный настрой участников.

2. Кому, и в какой последовательности давать слово?

В ходе занятия важно, чтобы каждый участник неоднократно высказал своё мнение по обсуждаемому вопросу.

Если микрогруппы по единым точкам зрения не сформировались, выступают все желающие. Когда микрогруппы уже обозначились, правильным будет поочерёдно давать слово представителю каждой из них.

Возможен вариант, когда при наличии явных лидеров в микрогруппах слово поочерёдно предоставляется им. Лидеры же, в свою очередь, прежде чем выступить, советуются с членами микрогруппы.

3. Что делать, если участники в своих выступлениях начали повторяться?

В ходе занятия может наступить момент, когда происходит разговор об уже оговоренном, без приращения знаний, без корректировки позиций, без сближения позиций участников занятия.

В этой ситуации ведущий должен проанализировать сложившуюся ситуацию и:

- при очевидной бесплодности ведения дискуссии дальше – завершить обсуждение вопроса.
- при затянувшемся теоретическом обсуждении – направить обсуждение вопроса в практическое русло.
- при длительном обсуждении практической стороны вопроса – ориентировать участников на теоретическое обоснование вопроса или выработку практических заданий для студентов.

4. Чего нельзя допускать за круглым столом?

Ведущий не должен:

- нарушать принцип равноправия всех участников круглого стола;
- допускать разжигания конфликтных ситуаций между участниками;
- допускать уговаривания кого-либо кем-либо;
- позволять бездоказательно, неаргументированно отрицать ту или иную точку зрения;
- стремиться примирить спорящих участников, только для того, чтобы всем было хорошо;
- отстаивать свою точку зрения по обсуждаемому вопросу или склоняться к точке зрения кого-то из участников.

Подведение итогов работы круглого стола является обязательным

Методические рекомендации по проведению кейс-стади

Метод кейсов – это способ организации практических занятий, который способствует развитию умения анализировать ситуации, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант и составлять план его осуществления, а также вырабатывать у студентов устойчивый навык решения практических задач.

Основной целью использования этого метода в учебном процессе является максимальная активизация каждого студента и вовлечение его в процесс анализа ситуации и принятия решений, а также для формирования навыка работать в одной команде и быстро принимать решения в условиях ограниченной информации и недостатка времени.

Структура подготовки и проведения практических занятий с использованием метода кейсов:

1. Постановка цели и задач.
2. Подготовка к занятию с использованием метода кейсов.

Студент самостоятельно прорабатывает материал по теме занятия.

Работу с кейсом на занятии можно организовать двумя способами:

1. Каждая подгруппа выполняет только одну тему в течение всех практических занятий.

В этом случае группа представляет собой, по существу, одну команду, разбитую на подгруппы, где каждая подгруппа должна четко представлять за какие решения она отвечает перед другими подгруппами. Например, подгруппа, разрабатывающая ценовую политику предприятия, должна предоставлять информацию о ценах на продукцию (товар) подгруппе, отвечающей за сбытовую политику предприятия при расчете объемов сбыта. Происходит обмен информацией как в процессе занятий, так и при обсуждении результатов.

2. Все подгруппы работают одновременно над одним и тем же разделом (темой) кейса, конкурируя между собой в поиске наиболее оптимального решения. В этом случае требуется достаточно большой объем аудиторных практических занятий для того, чтобы каждая подгруппа последовательно прошла все темы учебного курса.

Подгруппы состязаются между собой, представляя разные команды.

Работа студентов на занятии начинается со знакомства с ситуационной задачей. Студенты самостоятельно в течение 10 – 15 минут анализируют содержание кейса, выписывая при этом цифровые данные и другую конкретную информацию. В результате у каждого студента должно сложиться целостное впечатление о содержании кейса. Знакомство с кейсом завершается обсуждением. Преподаватель оценивает степень освоения материала, подводит итоги обсуждения и объявляет программу работы первого занятия.

В дальнейшем происходит формирование рабочих подгрупп по 3 – 5 человек. Чем меньше участников в подгруппе, тем больше вовлеченность каждого студента в работу над кейсом. Каждая подгруппа располагается в каком-либо месте аудитории, по возможности, на небольшом удалении друг от друга. Состав подгруппы формируется студентами по их желанию. Каждая подгруппа выбирает руководителя (модератора).

Во время работы группы модератор осуществляет следующие функции:

1. На этапе формирования идеи:

- фиксирует все идеи, высказанные в ритме мозговой атаки;
- регулирует поток идей
- не допускает критики идей.

2. На этапе дискуссии по выдвинутым идеям:

- фиксирует высказывания-мнения об идеях;
- регулирует поток высказываний;
- группирует высказывания;
- определяет технику принятия окончательного решения;
- фиксирует окончательное решение по проблеме.

На этапе защиты идеи:

- делает доклад в пределах 10 минут о результатах работы своей подгруппы.

Последовательность работы подгруппы над кейсом:

1. записать цель (тему), над которой предстоит работать подгруппе;
2. выписать вопросы, сформулированные в настоящем пособии для данной темы;
3. по каждому вопросу кратко высказать мнения, а кому-либо из участников их записывать (например, модератору);

4. сформулировать общее мнение, которое будет являться решением поставленной цели.

Принятие решений в подгруппе основывается на информации, имеющейся в кейсе и с использованием при этом методов исследования:

- экспертных, которые основываются на знаниях, интуиции, опыте, здравом смысле участвующих в обсуждении проблемы;
- аналитических, которые представляют собой применение строгих методов, чаще всего математических формул, для анализа проблемы. Например, при прогнозировании объемов сбыта для разных значений отпускной цены можно использовать формулу расчета коэффициента эластичности, графики кривых спроса и предложения, уравнения регрессии и т.д.;

- экспериментальных, которые предполагают научно поставленный эксперимент. При решении проблемы в аудитории проведение экспериментальных исследований затруднительно, однако для некоторых маркетинговых задач возможно, за неимением других источников, проведение группового самотестирования. Обсуждение темы заканчивается подведением итогов преподавателем.

Методические рекомендации по проведению деловой игры

Деловая игра – это имитация, моделирование, упрощенное воспроизведение реальной производственной (экономической) ситуации в игровой форме, в которой каждый участник играет роль, выполняет действия, аналогичные поведению людей в жизни, но с учетом принятых правил игры.

Основной целью деловой игры является развитие теоретического и практического мышления в профессиональной сфере.

В ходе деловой игры решаются следующие педагогические задачи:

- формирование у студентов целостного представления о профессиональной деятельности и ее динамике;
- приобретение проблемно-профессионального и социального опыта, в том числе и в принятии индивидуальных и коллективных решений;
- формирование познавательной мотивации, обеспечение условий появления профессиональной мотивации.

Структура подготовки и проведения деловой игры:

1. Постановка цели и задач.
2. Подготовка к проведению деловой игры.

Преподаватель:

- подбирает материал, необходимый для проведения игры;
- разрабатывает сценарий и распределяет роли;
- определяет методы, приемы и средства стимулирования творческой и мыслительной активности студентов;
- подбирает наглядный материал и техническое сопровождение;
- знакомит участников игры со сценарием.

Студент:

- самостоятельно прорабатывает материал по теме деловой игры;
- знакомится со сценарием игры и распределением ролей.

Особое место при подготовке преподавателя к проведению деловой игры является разработка сценария.

Проведение деловой игры.

Деловая игра проводится компактно и рассчитана на 4 часа практических занятий. Лучше ее проводить в последние часы последнего дня учебной недели, учитывая эмоциональный заряд.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452438>
2. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 343 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451422>

3. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451203>

б) дополнительная литература:

4. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450478>

г) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

1. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).
2. Справочная правовая система КонсультантПлюс (<http://www.consultant.ru/>).
3. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. — URL: <http://www.elibrary.ru>.
4. Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. — URL: <http://biblio-online.ru>.
5. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. — URL: <http://www.biblioclub.ru>.
6. ЭБС"Консультант студента" (<https://www.studmedlib.ru>).
7. Статистическая база данных «Росстат» (<https://rosstat.gov.ru/>).
8. Электронная база данных Правительства РФ «Электронное правительство» (<https://www.google.com/url?q=https://rosstat.gov.ru>).
9. Официальный сайт ФНС РФ: www.nalog.ru
10. Официальный сайт Министерства финансов РФ: www.minfin.ru

10. Материально-техническое оснащение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, демонстрационное оборудование - мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional; Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; КонсультантПлюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex; учебно-наглядные пособия	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд.406
Учебные аудитории для занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional;Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Security Cloud; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант плюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex.	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 406
Лаборатории - компьютерные классы для текущего контроля (тестирование): преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional;Office Standard 2016; WinRAR; Microsoft Visio; MicrosoftVisual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 404

«Антиплагиат.ВУЗ».	
<p>Помещения для самостоятельной работы:</p> <p>- компьютерные классы с доступом к ресурсам сети Интернет: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional; Office Standard 2016; WinRar; Microsoft Visio; Microsoft Visual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ</p> <p>- библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК для обучающихся, программное обеспечение, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ, доступ к электронным библиотечным ресурсам:</p> <p>ЭБС "Университетская библиотека Online" http://www.biblioclub.ru</p> <p>Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru</p> <p>Электронная библиотека «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/</p> <p>Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru</p> <p>База данных «ЭБС elibrary» http://elibrary.ru</p> <p>Электронная библиотека «Юрайт» http://biblio-online.ru</p>	<p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд404</p> <p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Церетели, 16.</p>

Состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование	№ договора (лицензия)
1.	Windows 8.1 Professional;	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
2.	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
3.	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Security Cloud	№17Е0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018г. до 14.03.2019г.
4.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№795 от 26.12.2020 (действителен до 30.12.2021г) с ЗАО «Анти-Плагиат»
5.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно)
6.	Консультант плюс	№430-2017/614 от11.01.2017г. ООО "Фаст-Информ"(бессрочно)
7.	Гарант	01.2020г. -12.2021г.
8.	Cisco Webex	ООО Айстек договор № Д83-2020 от 10.08.2020 -
9.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
10.	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

11. Лист актуализации

2019-2020 учебный год

1. Положение об электронном обучении и дистанционных образовательных технологиях в ФГБОУ ВО «СОГУ» (пр.№ 49 от 25.02.19 г.)

- Установлен внутренний регламент электронного обучения и использования дистанционных образовательных технологий. Начало работы портала дистанционного обучения СОГУ на новой образовательной платформе (lms.nosu.ru)

2. Вступление в силу Положения о практике обучающихся в ФГБОУ ВО «СОГУ» (пр.№378 от 30.12.2019 г.):

- Уточнен порядок прохождения практик, регламент заключения договоров с базами практик обучающихся.

3. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам - бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 N 636 (ред. от 27.03.2020)

4. Обновление лицензионного программного обеспечения

- Реестр программных ресурсов
СПС «Гарант» (договор 01.2020г. -12.2021г.)

5. Обновлен список литературы.

6. Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации в 2019-2020 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «21» марта 2019г., протокол № 7

2020-2021 учебный год

- 1. Обновлен список литературы.**
- 2. Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе**

Изменения в Рабочей программе обсуждена и одобрена для реализации в 2020-2021 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «23» марта 2020г., протокол № 7.

2020-2021 учебный год

1. Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273 – ФЗ (в ред. от 31.07.2020 г. №304 - ФЗ).

2. Обновление лицензионного программного обеспечения

Реестр программных ресурсов

- Cisco Webex - Система проведения вебинаров. Договор ООО Айстек договор № Д83-2020 от 10.08.2020 - 10.08.2021г

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации на заседании кафедры международных экономических отношений 31 августа 2020г. протокол №1.