*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»*

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____А.М. Дигурова
«27» 01 2017 г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

## «Международный маркетинг»

Направление 38.03.01 Экономика
Профиль «Мировая экономика»

**Форма обучения - очная**

Владикавказ 2017

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.03.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 г., № 1327.

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

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры международных экономических отношений (протокол № 7от «22» марта 2017г )

## 1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

| | Очная форма обучения |
|---|---|
| Курс | 4 |
| Семестр | 7 |
| Лекции | 18 |
| Практические(семинарские) занятия | 18 |
| Итого аудиторных занятий | 36 |
| Самостоятельная работа | 36 |
| Форма контроля | |
| Зачет | |
| Общее количество часов | 72 |

## 2. Цели освоения дисциплины.

Целями освоения учебной дисциплины «Международный маркетинг» 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 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 бакалавриата.

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 вариативной части Б1.В.ДВ.10.01.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в бакалавриате в результате освоения таких дисциплин, как правоведение, социология, психология, политология, культурология, история мировой экономики, макроэкономика, микроэкономика, маркетинг, менеджмент, мировая экономика, финансы, международная экономика, международные экономические отношения, мировые финансовые и товарные рынки.

Знания и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Международный маркетинг», необходимы для освоения других базовых специальных дисциплин и вариативных дисциплин, обеспечивающих профильность подготовки бакалавра по профилю «Мировая экономика».

## 4.Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Мировая экономика» процесс изучения дисциплины «Международный маркетинг» направлен на формирование у выпускника следующих **профессиональных (ПК) компетенций** бакалавра экономики:

– способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-6);

– способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать**:

– основные термины, определения, понятия и категории;

– основные принципы и формы международной маркетинговой деятельности в современных условиях;

– важнейшие этапы развития международного маркетинга;

– основное содержание современных направлений международного маркетинга;

– сущность основополагающих законов маркетинга, особенности их проявления в практической деятельности при выходе фирмы на международный рынок.

**уметь:**

– комплексно оценивать рыночную ситуацию при выходе на внешний рынок;

– грамотно использовать эти навыки в условиях российского рынка;

– выявлять специфику методов, средств и инструментов международного маркетинга;

– применять теоретические знания и полученные практические навыки в условиях жесткой конкуренции на рынке;

– разбираться в основных решениях, которые предполагает международная маркетинговая деятельность.

**владеть:**

– методикой построения организационно-управленческих моделей международной деятельности;

– информационными технологиями для прогнозирования и управления международным маркетингом.

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

| № | Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине | Занятия | | Самостоятельная работа Студентов | | Формы контроля | Компетенции |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | л | пр | Содержание | Часы | | |
| | | | | **7 семестр** | | | |
| 1. | Международный маркетинг на современном этапе. Введение в курс. | 2 | 2 | Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическому занятию | 4 | Опрос, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы | ПК-6, ПК-7 |
| 2. | ТНК – как основные субъекты международной маркетинговой деятельности. | 2 | 2 | ТНК как основа процессов глобализации в мировой экономике и международном маркетинге – круглый стол | 4 | Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационные кейсы | ПК-6, ПК-7 |
| 3. | Международные маркетинговые исследования. Международная маркетинговая среда. Особенности международной сегментации и выбора внешних рынков сбыта. | 2 | 2 | Подготовка реферата на тему «Эволюция модели маркетинговой среды», используя релевантную научную литературу и периодику. | 4 | Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы | ПК-6, ПК-7 |
| 4. | Стратегии и планирование в международном маркетинге. | 2 | 2 | Письменные и устные домашние задания, подготовка к | 4 | Опрос, доклады, выступления, | ПК-6, ПК-7 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | практическим занятиям | | презентация Деловая игра | |
| 5. | Товарная политика в системе международного маркетинга | 2 | 2 | Международная конкурентоспособность товара и фирмы | 4 | Опрос, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование | ПК-6, ПК-7 |
| 6. | Ценовая политика в системе международного маркетинга | 2 | 2 | Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическим занятиям | 4 | Опрос, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы | ПК-6, ПК-7 |
| 7. | Сбытовая политика в системе международного маркетинга | 2 | 2 | Реферат | 4 | Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационные кейсы Тестирование | ПК-6, ПК-7 |
| 8. | Коммуникационная политика в системе международного маркетинга | 2 | 2 | .Вопросы на зачет | 4 | Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование | ПК-6, ПК-7 |
| 9. | Организация и контроль международного маркетинга | 2 | 2 | Подготовка доклада о становлении международного маркетингового | 4 | Опрос, доклады, выступления, вопросы в | ПК-6, ПК-7 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | аудита. | | рубежном тесте Ситуационные кейсы Тестирование, проблемные ситуации | |
| | **ИТОГО** | 18 | 18 | | 36 | | |

## 6. Образовательные технологии

| № п/п | Тема | Вид занятия | Количество часов | формы | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Концепция международного маркетинга | Практическое | 2 | Доклады, подготовка к практическому занятию - письменный конспект Подготовка к дискуссии | Семинар в диалоговом режиме. Обсуждение в группе, дискуссия |
| 2 | Особенности изучения международной маркетинговой среды. | Практическое | 2 | Подготовка к к практическому занятию, письменный конспект, доклады | Семинар в диалоговом режиме. Обсуждение в группе, решение кейса |
| 3 | Оценка и выбор целевого рынка в международном маркетинге | Практическое | 2 | Устное и письменное домашнее задание, подготовка к практическому занятию, доклады | Семинар в диалоговом режиме Разбор конкретных ситуаций |
| 4 | Особенности разработки товарной политики в международном маркетинге. | Практическое | 2 | Устное и письменное домашнее задание, подготовка к практическому занятию - письменный конспект, доклады | Диспут, Семинар в диалоговом режиме |
| 5-6 | Особенности разработки ценовой политики в международном маркетинге. | Практическое | 4 | Доклады, подготовка к практическому занятию - письменный конспект Подготовка к круглому столу. | Обсуждение в группе, решение кейса Круглый стол |
| 7 | Особенности разработки сбытовой политики в международном маркетинге | Практическое | 2 | Подготовка к к практическому занятию, письменный конспект, | Семинар в диалоговом режиме Разбор конкретных |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | доклады | ситуаций |
| 8 | Особенности разработки коммуникационной политики в международном маркетинге. | Практическое | 2 | Доклады, подготовка к практическому занятию - письменный конспект Подготовка к дискуссии | Семинар в диалоговом режиме Разбор конкретных ситуаций |
| 9 | Стратегии и программы (планы) международного маркетинга. | Практическое | 2 | Подготовка к к практическому занятию, письменный конспект, доклады | Семинар в диалоговом режиме Разбор конкретных ситуаций |

## 7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Аудиторная самостоятельная работа выполняется студентами на лекциях, семинарских, практических, и, следовательно, преподаватель заранее выстраивает систему самостоятельной работы, учитывая все ее формы, цели, отбирая учебную и научную информацию и методические средства коммуникаций. Вопросы для самостоятельной работы студентов в целях подготовки к аудиторным занятиям предлагаются преподавателем в начале изучения дисциплины. Студенты имеют право выбирать дополнительно интересующие их темы для самостоятельной работы.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская деятельность студентов, осуществляемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине включает следующие материалы:

1. Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине
2. Методические материалы по выполнению рефератов
3. Планы семинарских занятий

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

**Практическое занятие № 1. Концепция международного маркетинга.**

ПЛАН:

1. Международный маркетинг как один из видов маркетинга.
2. Концепция международного маркетинга.
3. Международный, мультинациональный и глобальный маркетинг.
4. Основные стратегии в международном маркетинга.

**Практическое занятие № 2. Особенности изучения международной маркетинговой среды.**

ПЛАН:

1. Основные факторы внешней макросреды международного маркетинга.
2. Основные факторы внешней микросреды международного маркетинга.
3. Внутренняя среда маркетинга в международной деятельности фирмы.
4. Основные средства адаптации фирмы и ее товаров к зарубежной среде.

**Практическое занятие № 3. Оценка и выбор целевого рынка в международном маркетинге.**

ПЛАН:

1. Анализ потенциала внешних рынков сбыта и особенности оценки их привлекательности.
2. Особенности международной сегментации.
3. Основные факторы, определяющие решения о выходе на внешний рынок.
4. Стратегии проникновения на зарубежные рынки.

**Практическое занятие № 4. Особенности разработки товарной политики в международном маркетинге.**

ПЛАН:

1. Основные средства оптимизации товарного ассортимента в международной деятельности фирмы.
2. Стратегии стандартизации и дифференциации товара на внешних рынках.
3. Международный жизненный цикл товара и характеристика его основных стадий.
4. Международная маркетинговая политика в области выпуска новой продукции.
5. Требования к упаковке и маркировке товара, поставляемого на зарубежный рынок.

**Практическое занятие № 5. Особенности разработки ценовой политики в международном маркетинге.**

ЗАНЯТИЕ 1

ПЛАН:

1. Роль ценовой политики в международном маркетинге.
2. Основные факторы, формирующие уровень экспортных цен.
3. Ценовые ориентации на издержки, конкуренцию и спрос.

ЗАНЯТИЕ 2

ПЛАН:

1. Ценовая политика и международный жизненный цикл товара.
2. Основные ценовые стратегии в международном маркетинге.
3. Трансфертное ценообразование.

**Практическое занятие № 6. Особенности разработки сбытовой политики в международном маркетинге.**

ПЛАН:

1. Требования к выбору каналов сбыта в международном маркетинге.
2. Сбытовые каналы фирм и критерии их выбора.
3. Стратегии международного сбыта.
4. Прямой и косвенный экспорт. Электронная торговля.
5. Организация зарубежного сбыта: торговые дома, консорциумы, зарубежные филиалы и др.
6. Сбытовые альянсы в международном маркетинге.

**Практическое занятие № 7. Особенности разработки коммуникационной политики в международном маркетинге.**

ПЛАН:

1. Организация международных рекламных кампаний.
2. Стратегии стандартизации и индивидуализации рекламных выступлений на зарубежных рынках.
3. Проблемы адаптации коммуникационной политики к требованиям внешних рынков.
4. Международный паблик рилейшнз. Международный имидж фирмы.
5. Стимулирование сбыта в международном маркетинге и сервисная политика.
6. Международные выставки и их роль в коммуникационной политике международного маркетинга.

**Практическое занятие № 8. Стратегии и программы (планы) международного маркетинга.**

ПЛАН:

1. Основные стратегии международного маркетинга.
2. Механизм разработки стратегий международного маркетинга.
3. Виды программ (планов) в международном маркетинге.
4. Структура и содержание программ (планов) в международном маркетинге.
5. Составление программы (плана) международного маркетинга.

**Вопросы к зачету по курсу «Международный маркетинг»**

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.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии:

- ✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
- ✓ 4 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.
- ✓ 3 - баллов – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.
- ✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки презентации доклада, сообщения,
выполненных в форме презентации

| | Минимальный ответ | Изложенный, раскрытый ответ | Законченный, полный ответ | Образцовый, примерный ответ |
|---|---|---|---|---|
| Раскрытие проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы |
| Представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов | Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов |
| Оформление | Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации | Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации | Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации | Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации |
| Ответы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или пояснений |
| Оценка | 3 балла | 5 баллов | 8 баллов | 10 баллов |

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
## Электронные библиотечные системы, обеспечивающие реализацию образовательной программы
## 38.03.01 Экономика
## ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

| №№ | Наименование Электронного ресурса | Принадлежность | Адрес сайта | Сведения о право обладателе | № договора на право использования ЭБС | Срок действия заключённого договора | Кол-во точек доступа/ пользователей | Характеристика доступа |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | **ЭБС "Университетская библиотека Online"** | Сторонняя | http://www.biblioclub.ru | ООО «Некс-Медиа» | Договор №171-12,2019 от 10.02.2020 | 10.02.2020г. - 31.12.2020г. | 7000 | По IP-адресу безлимитный |
| 2. | **Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ)** | Сторонняя | https://dvs.rsl.ru | ФГБУ "РГБ" | Договор №095/04/0130 От 01.07.2019 | 05.08.2019г. -05.11.19г. В связи с пандемией доступ продлен до 23.11..2020г. | | в читальном зале НБ СОГУ безлимитный |
| 3. | **Электронная библиотека «Консультант студента»** | Сторонняя | http://www.studmedlib.ru/ | ООО «Политехресурс» | Договор №208СЛ/01-2020 | 26.01-2020г.-26.02.2021г. | 300ключей доступа. 300 карт доступа | Безлимитный |
| 4. | **Научная электронная библиотека eLibrary.ru** | Сторонняя | http://elibrary.ru | ООО "Научная электронная библиотека" | Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г. | Бессрочное | Кол-во доступов не ограничено | Безлимитный |
| 5. | **База данных «ЭБС elibrary»** | | | ООО РУНЭБ | Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758 | 29.12.2016 г.-28.12.2026 г. | Кол-во доступов не ограничено | По IP-адресу безлимитный |
| 6. | **Электронная библиотека «Юрайт»** | Сторонняя | biblio-online.ru | ООО «Юрайт» | Договор №32008816384 | 01.03.2020 г. -28.02 2021 г. | Кол-во доступов не ограничено | По IP-адресу безлимитный |

**а) основная литература:**

1. Маркетинг : учеб. пособие / Ю. Ю. Суслова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 398 с.

3. Международный маркетинг: Учебное пособие / Под ред. Нагапетьянца Н.А., Эриашвили Н.Д.. - М.: Юнити, 2018. - 320 с.

4. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: Инфра-М, 2017. - 24 с. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 362 с.

5. Моргунов В.И. Международный маркетинг : учебник для бакалавров / Моргунов В.И., Моргунов С.В.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 182 с.

**б) дополнительная литература**

1. Абаев, А.Л. Международный маркетинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.Л. Алексунин В.А. Абаев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 362 с.

2. Диденко, Н.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 556 с.

3. Диденко, Н.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 556 с.

4. Земляк, С.В. Международный маркетинг: Учебное пособие / С.В. Земляк, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева. - М.: Инфра-М, 2013. - 292 с.

5. Каменева, Н.Г. Международный маркетинг: Учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк . - М.: Вузовский учебник, НИЦ Инфра-М, 2013. - 292 с.

6. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. - М.: Дашков и К, 2015. - 184 с.

7. Нагапетьянц, Н.А. Международный маркетинг: Учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк. - М.: Вузовский учебник, 2015. - 336 с.

8. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг / М.Э. Сейфуллаева. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 319 с

**в) Интернет-ресурсы**

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам (библиотека СОГУ):

- библиотеке e-library,
- электронной библиотеке диссертаций РГБ,

- университетской библиотеке online;
- собственным библиографическим базам данных:
- электронному каталогу,
- электронной картотеке газетно-журнальных статей,
- электронной картотеке авторефератов диссертаций и диссертаций.

**Периодические специализированные издания (журналы):**

- Маркетинг Менеджмент ( http://www.marketing-magazine.ru )
- Маркетинг в России и за рубежом (http://www.dis.ru )
- Практический маркетинг (http://www.bci-marketing.ru )
- Практика рыночных исследований (URL: http://www.gorfis.info )
- Маркетинг и маркетинговые исследования в России (URL: http://www.grebennikon.ru/journal-3.html )
- Новый маркетинг (http://www.new-marketing.ru)
- РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: теория и практика (http://www.reklamodatel.ru)

**Рекомендуемые интернет - источники маркетинговой информации:**

- www.marketcenter.ru
- www.sostav.ru
- www.crg.li
- www.cfin.ru
- www.4p.ru
- www.NIKKOLOM.ru
- www.rprg.ru
- www.admarket.ru
- www.marketologi.ru
- www.vniki.ru
- www.market-agencj.ru
- www.ecomar.org

## 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 Kasperksy 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.411 |

| | |
|---|---|
| **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 Kasperksy 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. 407, 417 |
| **Лаборатории - компьютерные классы для текущего контроля (тестирование)**: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска,<br>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 «Антиплагиат.ВУЗ». | Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд.403, 404 |
| **Помещения для самостоятельной работы**:<br>- 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; MicrosoftVisual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ<br>- библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК для обучающихся, программное обеспечение, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ, доступ к электронным библиотечным ресурсам:<br>ЭБС "Университетская библиотека Online" http://www.biblioclub.ru<br>Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru<br>Электронная библиотека «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/<br>Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru<br>База данных «ЭБС elibrary» http://elibrary.ru<br>Электронная библиотека «Юрайт» http://biblio-online.ru | Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 404<br><br>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Церетели, 16. |

## 11.Лист актуализации

**2018-2019 учебный год**

***1. Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 28.11.2018 г. № 1069):***

- В связи со сменой учредителя принят новый Устав ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова».

***2. Вступление в силу Положения о разработке и реализации основных профессиональных образовательных программ СОГУ (приказ № 382 от 28.12.2018 г)***

- Изменен макет РПД, обновлены образовательные технологии дисциплин профиля, учебно-методическое и программное обеспечение образовательного процесса

***3. Вступление в силу Положения о расписании ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (Приказ СОГУ № 49 от 05.03.2018 г. «Об утверждении Положений»).***

**4. Обновлен список литературы.**

**5. Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе**

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации в 2018-2019 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «26» марта 2018г., протокол № 7.

**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 бный 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.