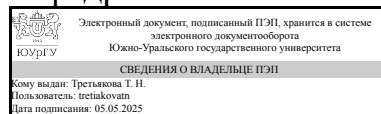


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



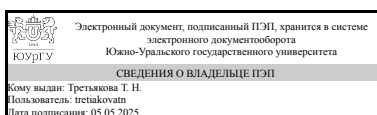
Т. Н. Третьякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.02.02 Глобальный маркетинг
для направления 43.04.03 Гостиничное дело
уровень Магистратура
магистерская программа Общая теория и практика гостиничной деятельности
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

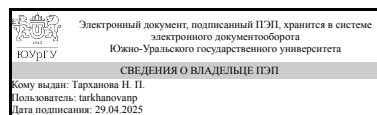
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 558

Зав.кафедрой разработчика,
д.пед.н., проф.



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,
к.геогр.н., доц., доцент



Н. П. Тарханова

1. Цели и задачи дисциплины

Цели: специфика международного маркетинга, приобретение теоретических знаний и практических навыков по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки. Задачи: ознакомить с сущностью и спецификой международного маркетинга; ознакомить с методикой проведения исследований внешнего рынка ознакомить с особенностями реализации комплекса маркетинга на внешних рынках

Краткое содержание дисциплины

Международный маркетинг: предпосылки, цели, специфика Глобализация и ее влияние на развитие международного маркетинга. Фритредерство и протекционизм. Опасности и барьеры при проникновении на иностранные рынки. Сбор информации о страновых особенностях потенциальных зарубежных рынков. Виды международного маркетинга. Классификация международного маркетинга. Экспорт и импорт. Совместная предпринимательская деятельность. Прямые инвестиции. Франчайзинг. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели и задачи маркетинговых исследований. Значение и особенности исследований в международной торговой деятельности. Субъекты исследований. Основные этапы, виды и направления исследований. Специфика окружающей среды международного маркетинга. Маркетинговые исследования и сегментация мировых рынков. Исследование зарубежного рынка. Конъюнктура рынка и его показатели. Определение емкости рынка и рыночной доли. Элементы ситуативного торгового анализа. PEST-анализ. Базовый и расширенный SWOT-анализ. Матрица БКГ. Матрица Мак-Кинси. Анализ сегментации. Позиционный анализ. Сравнительный анализ конкурентов. Многоугольник конкурентоспособности. Конкурентная карта рынка. Исследование зарубежных потребителей: выявление и прогнозирование потребностей, возможностей формирования потребностей, использования каналов маркетинговых коммуникаций.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает: сущность и специфику глобального маркетинга; отечественный и зарубежный опыт в области глобального маркетинга Умеет: учитывать сущность и специфику глобального маркетинга; применять отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга Имеет практический опыт: оценки элементов среды международного маркетинга и их влияния на принятие стратегических решений в индустрии гостеприимства
ПК-1 Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии	Знает: основные подходы к осуществлению маркетинговой деятельности на глобальных рынках; модели, изучающие влияние культуры на поведение потребителей во время

	исследований Умеет: составлять программу маркетингового исследования рынка и осуществлять исследования за рубежом Имеет практический опыт: анализа и интерпретации результатов научных и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности
ПК-2 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий	Знает: методы анализа и прогноза данных; основные экономические и маркетинговые показатели деятельности отдельных компаний и региона, необходимые для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроэкономическом уровне Умеет: готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне Имеет практический опыт: использовать знания основных экономических и маркетинговых показателей деятельности отдельных компаний и региона в их взаимосвязи для анализа и оценки ситуации в индустрии гостеприимства
ПК-8 Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	Знает: особенности функционирования глобальных рынков; особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках Умеет: учитывать особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; использовать отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга Имеет практический опыт: организовать сбор и обработку информации о внешнем рынке; оценить элементы среды международного маркетинга и их влияние на принятие маркетинговых решений

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Цифровые технологии гостиничной деятельности, Технологии разработки анимационных программ, Устойчивое развитие индустрии гостеприимства, Международные гостиничные цепи, Иностранный язык в профессиональной деятельности, Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Междисциплинарный подход к организации гостиничной деятельности, Технологии бренд-менеджмента в сфере гостеприимства, Исследование, оценка и прогнозирование экономической устойчивости гостиничного предприятия

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Устойчивое развитие индустрии гостеприимства	Знает: теоретические и методические основы организационного проектирования и управления проектами, основные положения и принципы концепции устойчивого развития, проблемы и пути реализации концепции на практике; специфику, тенденции и механизмы реализации концепции устойчивого развития в сфере гостеприимства, принципы устойчивости экономического развития территории; причины, ограничивающие направление дальнейшего развития человечества; взаимосвязь социальных и экономических аспектов развития, методы и способы проведения мониторинга и оценки эффективности процессов в индустрии гостеприимства, основные технологические процессы в индустрии гостеприимства; понятийный аппарат, терминологию, определения, формулировки используемые в современной практике устойчивого развития Умеет: использовать научно-методические подходы в проектировании, организации и управлении системами гостиничных предприятий на основе принципа устойчивого развития, проводить исследования, оценивать эффективность существующих моделей управления и разрабатывать новые методы и технологии управления в индустрии гостеприимства, анализировать потребности, выявлять приоритеты, рационально распределять имеющиеся ресурсы для решения поставленной задачи в сфере гостеприимства, анализировать, обобщать и воспринимать инновации; ставить цель и формулировать задачи по её достижению с использованием информационно-коммуникационных технологий, осуществлять выбор и использовать оптимальные информационно-коммуникативные технологии для внедрения инноваций в сфере гостеприимства Имеет практический опыт: применения методов мониторинга и маркетинга гостиничных услуг, подходов к проектированию, развитию и управлению в сфере гостеприимства на основе принципов устойчивого развития, применять принципы, инструментарий устойчивого развития в профессиональной деятельности, исследовательской работы в области устойчивого развития индустрии гостеприимства, проводить мониторинг и оценку эффективности маркетинговых процессов в индустрии гостеприимства, определять перспективные направления гостиничного бизнеса и формировать хозяйственную стратегию гостиничного предприятия в контексте устойчивого развития

Технологии разработки анимационных программ	Знает: особенности работы с различными типами потребителей в зависимости от их возраста, пола, национальности, психологических особенностей; основы управления анимационной деятельностью в гостиницах, особенности анимационного обслуживания в различных средствах размещения; методику анимационной деятельности Умеет: учитывать различные особенности (национальные, возрастные, психологические и т.д.) целевой аудитории при разработке и реализации анимационных программ; оценивать эффективность анимационного менеджмента в отеле, разрабатывать различные анимационные программы Имеет практический опыт: организации игрового взаимодействия с различными группами гостей, экскурсантов, туристов (в том числе с применением подвижных, народных и спортивных игр и соревнований), организовывать отдых и развлечения
Иностранный язык в профессиональной деятельности	Знает: языковые нормы культуры устного общения, этических и нравственных норм поведения, принятых в стране изучаемого языка, основные различия письменного и устного академического дискурса, терминологическую базу для профессионального общения; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках; способы поиска источников профессиональной информации на иностранном языке Умеет: устанавливать контакты и поддерживать взаимодействие с представителями иноязычной культуры, адекватно понимать и интерпретировать устные и письменные академические тексты; составлять академические тексты (рефераты, аннотации, обзоры, статьи); создавать адекватные высказывания в условиях конкретной ситуации профессионально-ориентированного общения; реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по профессиональному общению, применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы профессионально-ориентированного общения для академического и профессионального взаимодействия; работать с источниками профессиональной информации на иностранном языке Имеет практический опыт: построения контактных и стимулирующих фраз речевого этикета; использования информации коммуникативного поведенческого и страноведческого характера в рамках гостиничной деятельности, использования коммуникативных стратегий для профессионально-ориентированной деятельности; использования приемов чтения

	профессионально-ориентированных текстов структурирования усваиваемого материала; методикой межличностного профессионального общения на русском и иностранном языках; презентационными технологиями для представления результатов исследовательской деятельности; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий; речевых стратегий для участия в профессионально-ориентированной коммуникации на иностранном языке
Цифровые технологии гостиничной деятельности	Знает: современные цифровые технологии, используемые в индустрии гостеприимства в РФ и за рубежом, особенности использования цифровых технологий при проектировании маркетинговых инноваций в индустрии гостеприимства, основные понятия, принципы и особенности статистического анализа информации Умеет: организовывать в цифровой среде взаимодействие с другими людьми, генерировать идеи маркетинговых инноваций и воплощать их в цифровых технологиях; реализовать маркетинговые инновации посредством цифровых технологий, осуществлять поиск нужных источников информации; составлять аналитические отчеты на основе полученной информации Имеет практический опыт: использования различных цифровых средств для организации профессионального взаимодействия в индустрии гостеприимства в условиях цифровой среды, создания опросников, анкет на онлайн платформах для проведения маркетинговых исследований, управления информационными ресурсами и использования основных гостиничных программ в цифровой среде
Международные гостиничные цепи	Знает: современные гостиничные цепи и управляющие компании, современные гостиничные цепи и управляющие компании, типологию моделей гостиничной деятельности, методику моделирования, принципы и подходы к стандартизированному моделированию в соответствии с международными стандартами обслуживания в гостиничных комплексах, международные, национальные и региональные стандарты качества в индустрии гостеприимства Умеет: анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства, анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства, выбирать методику моделирования и определять условия эффективного внедрения и функционирования стандартизированных моделей обслуживания в

	гостиничных комплексах в соответствии с международными стандартами, анализировать и сопоставлять стандарты обслуживания и стандарты предприятия с менеджментом качества индустрии гостеприимства Имеет практический опыт: интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных гостиничных цепей, интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных гостиничных цепей, проектирования моделей предметной области в индустрии гостеприимства в соответствии с международными стандартами, разработки стандартов предприятия и стандартов обслуживания, с учетом комплексной оценки качества индустрии гостеприимства в регионе
Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Знает: основные тенденции развития территориальных туристско-рекреационных систем на глобальном, региональном и локальном уровнях, теоретические аспекты клиентоориентированного подхода; технологии разработки стратегии CRM как основы подготовки кадров в сфере гостеприимства, нормативно-законодательную базу национальной системы классификации средств размещения Умеет: обосновывать и разрабатывать концепции и принципы региональной гостиничной деятельности с учетом государственной политики и современных тенденций развития внутреннего туризма, разрабатывать процедуры поддержки работоспособности информационных систем для формирования и развития кадрового потенциала сферы гостеприимства, проводить оценку качества услуг средств размещения на соответствие заявленной категории Имеет практический опыт: координации маркетинговых усилий в управлении продажами; работы с ресурсами глобальных систем бронирования туристского и гостиничного продуктов, решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований системы подготовки кадров, анализа качества гостиничных услуг и устранения существующих несоответствий

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4

Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	6	6
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	87,5	87,5
Подготовка к занятиям	12	12
написание контрольной работы	30	30
Подготовка к экзамену	32	32
Написание реферата	7	7
Выполнение творческого задания	6,5	6,5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Глобальный маркетинг: содержание и специфика	12	6	6	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии развития	2
2	1	Комплекс международного маркетинга	2
3	1	Анализ рыночных возможностей компании в сфере международной торговли услугами	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии развития	2
2	1	Комплекс международного маркетинга	2
3	1	Анализ рыночных возможностей компании в сфере международной торговли услугами	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к занятиям	Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/; Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book	4	12
написание контрольной работы	Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/; Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-	4	30

	библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book		
Подготовка к экзамену	Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/; Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book	4	32
Написание реферата	Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/; Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book	4	7

Выполнение творческого задания	Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/; Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book	4	6,5
--------------------------------	---	---	-----

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	4	Текущий контроль	Написание реферата	1	10	Новизна реферированного текста: наличие авторской позиции, самостоятельность суждений-2б; авторская позиция отсутствует, самостоятельные суждения отсутствуют-1б; Степень раскрытия сущности проблем: соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы соответствие плана теме реферата-3б; соответствие	экзамен

					содержания теме и плану реферата; не полно раскрыты основные понятия и проблемы-2б;соответствие плана теме реферата; имеется не полное соответствие содержания теме и плану реферата; не полно раскрыты основные понятия и проблемы не соответствие плана теме реферата-1б;не соответствие содержания теме и плану реферата; не полно раскрыты основные понятия и проблемы-0б;Обоснованность выбора источников;полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.) не менее 3-3б;полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.) не менее 2-2б;полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.) не менее 1-1б;не полное использование литературных источников по проблеме; не используются новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.) не менее 1-0б;Соблюдение требований к оформлению:правильное оформление ссылок на используемую литературу; соблюдение требований к объему реферата-2б;ссылки оформлены не в соответствии с требованиями, требования к объему реферата не выполнены-1б Максимальное количество баллов: 10.Весовой коэффициент 1 . Не зачтено: рейтинг	
--	--	--	--	--	---	--

						обучающегося за мероприятие менее 60 %	
2	4	Текущий контроль	Занятие Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии развития	1	10	Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3. Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2. Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1 Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1 Студент свободно владеет научной терминологией-2 Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1 Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за	экзамен

						мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %	
3	4	Текущий контроль	Занятие 2 Комплекс международного маркетинга	1	10	Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3. Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2. Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1 Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1 Студент свободно владеет научной терминологией-2 Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1 Студент не использует научную	экзамен

						терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %	
4	4	Текущий контроль	Занятие 3 Анализ рыночных возможностей компании в сфере международной торговли услугами	1	10	Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3. Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2. Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1 Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1 Студент свободно владеет научной терминологией-2 Студент допускает некоторые неточности при оперировании	экзамен

						научной терминологией-1 Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %	
5	4	Текущий контроль	выполнение творческого задания	1	10	Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3. Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2. Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1 Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1 Студент свободно владеет научной терминологией-2	экзамен

					Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1 Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %		
6	4	Текущий контроль	Выполнение контрольной работы	1	10	Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3. Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2. Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1 Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1	экзамен

					Студент свободно владеет научной терминологией-2 Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1 Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %	
7	4	Промежуточная аттестация	Вопросы к экзамену	-	40	экзамен
На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольнорейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %						

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	тестирование	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7
УК-5	Знает: сущность и специфику глобального маркетинга; отечественный и зарубежный опыт в области глобального маркетинга	+	+			+		+
УК-5	Умеет: учитывать сущность и специфику глобального маркетинга; применять отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга		+				+	

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172519
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com
4	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных ВИНТИ РАН(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	467 (3)	1. Стол преподавателя – 1 шт. 2. Экран – 1 шт. 3. Компьютер – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор – 1 шт. 5. Акустическая система – 1 шт. 6. Кондиционер – 1 шт.
Лекции	467 (3)	1. Стол преподавателя – 1 шт. 2. Экран – 1 шт. 3. Компьютер – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор – 1 шт. 5. Акустическая система – 1 шт. 6. Кондиционер – 1 шт.
Экзамен	467 (3)	1. Стол преподавателя – 1 шт. 2. Экран – 1 шт. 3. Компьютер – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор – 1 шт. 5. Акустическая система – 1 шт. 6. Кондиционер – 1 шт.