

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции ДВП.Б.7

Направление подготовки: 080200.68 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Рольбина Е.С.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. кафедра маркетинга. коммерции и предпринимательства отделение менеджмента и маркетинга , Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

уяснить специфику маркетинга внешнеэкономической деятельности, приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " ДВП.Б.7 Дополнительные виды подготовки" основной образовательной программы 080200.68 Менеджмент и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Изучение дисциплины "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции" основывается на дисциплинах:

Теория организации и организационное поведение

Управленческая экономика

Дисциплина "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции" способствует освоению дисциплин:

Проектирование коммуникационных технологий и связей с общественностью

Управление производственно-сбытовой деятельностью

Бренд-менеджмент

Организация рекламной деятельности

Логистика

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-13 (общекультурные компетенции)	способность анализировать социально значимые проблемы и процессы
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
ПК-24 (профессиональные компетенции)	способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-36 (профессиональные компетенции)	умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте

В результате освоения дисциплины студент:

- анализировать среду маркетинга внешнеэкономической деятельности;
- планировать мероприятия по реализации комплекса маркетинга на внешних рынках;

- организовать работоспособную и эффективную службу, реализующую международную маркетинговую деятельность;
- организовать сбор и обработку информации о внешнем рынке;
- оценить элементы среды международного маркетинга и их влияние на принятие маркетинговых решений;
- сформировать эффективный комплекс маркетинга внешнеэкономической деятельности;
- оценить риск и эффективность маркетинговой деятельности на внешнем рынке.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет во 2 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Получение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	1	0	4	0	творческое задание
2.	Тема 2. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	2	0	4	0	творческое задание
3.	Тема 3. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	3	0	4	0	творческое задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	4	0	4	0	презентация отчет
5.	Тема 5. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	5	0	2	0	презентация отчет
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	зачет
	Итого			0	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Получение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

практическое занятие (4 часа(ов)):

Обоснование выбора организации и рынка

Тема 2. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

практическое занятие (4 часа(ов)):

Консультация по формированию товарной и сбытовой политики организации на внешнем рынке

Тема 3. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

практическое занятие (4 часа(ов)):

Консультация по формированию ценовой политики и политики продвижения организации на внешнем рынке

Тема 4. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

практическое занятие (4 часа(ов)):

Презентация и защита отчета

Тема 5. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

практическое занятие (2 часа(ов)):

Презентация и защита отчета

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Получение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	1	подготовка к творческому экзамену	4	творческое задание
2.	Тема 2. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	2	подготовка к творческому экзамену	34	творческое задание
3.	Тема 3. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	3	подготовка к творческому экзамену	34	творческое задание
4.	Тема 4. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	4	подготовка к отчету	10	отчет
				подготовка к презентации	2	презентация
5.	Тема 5. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"	2	5	подготовка к отчету	4	отчет
				подготовка к презентации	2	презентация
Итого					90	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Разбор конкретных ситуаций

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Получение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

творческое задание , примерные вопросы:

Обоснование выбора организации и рынка

Тема 2. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

творческое задание , примерные вопросы:

Формирование товарной и сбытовой политики организации на внешнем рынке

Тема 3. Выполнение задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

творческое задание , примерные вопросы:

Формирование ценовой политики и политики продвижения организации на внешнем рынке

Тема 4. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

отчет , примерные вопросы:

Подготовка отчета по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

презентация , примерные вопросы:

Подготовка презентации по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

Тема 5. Защита задания по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

отчет , примерные вопросы:

Подготовка отчета по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

презентация , примерные вопросы:

Подготовка презентации по дисциплине "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции"

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Зачет проставляется по результатам презентации и проверки отчета

7.1. Основная литература:

1. Международный бизнес: Учебное пособие / В.А. Михалкин. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 320 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0233-4, 500 экз.

<http://znanium.com/bookread.php?book=315695>

2. Международные экономические организации: Учебное пособие / Л.П. Бородулина, И.А. Кудряшова, В.А. Юрга. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-16-004465-1, 500 экз.

<http://znanium.com/bookread.php?book=390624>

3. Сударьянто, Я. П. Международный рынок консалтинговых услуг в России [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Я. П. Сударьянто, А. В. Гуреев. - М.: Дашков и К, 2013. - 240 с. - ISBN 978-5-394-02193-0. <http://znanium.com/bookread.php?book=430417>

4. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-30-8, 500 экз.

<http://znanium.com/bookread.php?book=390294>

5. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2014. - 252 с. - ISBN 978-5-394-02090-2. <http://znanium.com/bookread.php?book=430570>

7.2. Дополнительная литература:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич.- Мн.: Выш. шк., 2006.
2. Воронин В.П., Кондакова Г.В. Подмолодина И.М. Мировое хозяйство и экономика стран мира: учеб. Пособие.-М.: Финансы и статистика, 2008.
3. Дикерсон Д., Чухломин В. Разрешение кросс-культурных конфликтов в международных каналах дистрибуции// Маркетинг в России и за рубежом, 2005, ♦ 3, с. 112 - 125.
4. Олейник С. Управление ВЭД при реимпорте товаров//Маркетинг, 2005, ♦ 1, с. 97 - 109.
5. Орлов А.С. Современные методы ценового анализа лекарственных средств и их применение в зарубежной практике// Маркетинг в России и за рубежом, 2005, ♦ 2, с. 21 - 31.
6. Романова Е. Роль прямых инвестиций транснациональных корпораций в формировании современной экономики Романова Е.// Маркетинг, 2005, ♦ 1, с. 3 - 13.

7.3. Интернет-ресурсы:

Всемирная торговая организация - История создания. Структура. Основные функции - <http://www.ereport.ru/articles/ecunions/wto.htm>

Индекс BERI - <http://www.beri.com/>

Инкотермс 2011 - <http://www.fialan.com.ua/incoterms2011/>

Международный кодекс маркетинговых исследований - <http://www.infowave.ru/lib/pocket/esomar/>

Международный кодекс рекламной практики - <http://www.advertology.ru/index.php?name=Subjects&pageid=111>

Оценка страновых рисков в рамках принятия инвестиционных решений - <http://www.rfc-spb.ru/managment/article/?id=74>

Таможенный кодекс РФ - <http://www.consultant.ru/popular/customold/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Международный бизнес в условиях регионализации и экономической интеграции" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Проектор

Ноутбук

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.68 "Менеджмент" и магистерской программе Маркетинг .

Автор(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.