

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр магистратуры



Программа дисциплины

Внеэкономическая деятельность предпринимательских структур М2.ДВ.2

Направление подготовки: 080200.68 - Менеджмент

Профиль подготовки: Экономика предпринимательства

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, экономики и финансов (центр магистратуры):

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

Регистрационный No 810886914

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 Отделение менеджмента, Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Изучение данной дисциплины позволит студентам уяснить специфику международного маркетинга, 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 " М2.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.68 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.1 Профессиональный" и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе (3 семестр).

Изучение дисциплины "Маркетинг внешнеэкономической деятельности" основывается на дисциплинах:

Теория организации и организационное поведение

Управленческая экономика

Дисциплина "Маркетинг внешнеэкономической деятельности" 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-5 (общекультурные компетенции)	Свободным владением иностранным языком как средством профессионального общения
ПК-6 (профессиональные компетенции)	Владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- сущность и специфику маркетинга внешнеэкономической деятельности предпринимательских структур;
- отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга;
- методы исследования и сегментации внешних рынков;
- особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках;

- основы организации работы в области внешнеэкономической деятельности предпринимательских структур.

2. должен уметь:

- анализировать среду международного маркетинга;
- планировать мероприятия по реализации комплекса маркетинга предпринимательских структур на внешних рынках;
- организовать работоспособную и эффективную службу, реализующую международную маркетинговую деятельность предпринимательских структур.

3. должен владеть:

- методами сбора и обработки информации о внешнем рынке;
- средствами оценки элементов среды международного маркетинга, и их влияния на принятие маркетинговых решений;
- приемами формирования эффективного комплекса маркетинга внешнеэкономической деятельности предпринимательских структур;
- методами оценки риска и эффективности маркетинговой деятельности предпринимательских структур на внешнем рынке.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- анализировать среду международного маркетинга;
- проводить сегментацию внешнего рынка;
- планировать мероприятия по реализации комплекса маркетинга предпринимательских структур на внешних рынках;
- оценивать риск и эффективности маркетинговой деятельности предпринимательских структур на внешнем рынке;
- организовать работоспособную и эффективную службу, реализующую международную маркетинговую деятельность предпринимательской структуры.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 3 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	

Тема 1.

Международная среда предпринимательской структуры

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Стратегии выхода на зарубежные рынки, прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке.	3	2	2	2	0	письменная работа устный опрос
3.	Тема 3. Управление международным маркетингом предпринимательской структуры	3	3	2	0	0	устный опрос
4.	Тема 4. Специфика управления товаром на внешнем рынке	3	4	0	2	0	контрольная работа
5.	Тема 5. Особенности товародвижения на внешнем рынке	3	4	0	2	0	письменная работа
6.	Тема 6. Стратегии и методы ценообразования на внешнем рынке	3	5	0	2	0	письменная работа
7.	Тема 7. Продвижение на внешнем рынке	3	5	0	2	0	письменная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	экзамен
	Итого			6	12	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Международная среда предпринимательской структуры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Экономическая среда маркетинга внешнеэкономической деятельности Политико - правовая среда Факторы культурной среды

практическое занятие (2 часа(ов)):

Влияние экономической среды международного маркетинга на формирование элементов маркетинговой политики предпринимательской структуры Влияние политико - правовой среды международного маркетинга на формирование элементов маркетинговой политики Влияние культурной среды международного маркетинга на формирование элементов маркетинговой политики

Тема 2. Стратегии выхода на зарубежные рынки, прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Стратегии выхода на зарубежный рынок Прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке

практическое занятие (2 часа(ов)):

Косвенный экспорт, прямой экспорт, лицензирование, создание совместных предприятий, прямое инвестирование. Основные формы инвестирования: инвестиции в создание новых мощностей и производств и слияния и поглощения.

Тема 3. Управление международным маркетингом предпринимательской структуры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность, содержание и специфика международной организации. Сущность, содержание и специфика глобальной организации. Сущность, содержание и специфика мультинациональной организации. Сущность, содержание и специфика транснациональной организации.

Тема 4. Специфика управления товаром на внешнем рынке

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность, преимущества и недостатки стандартизации товара Сущность, преимущества и недостатки адаптации товара Специфика управления товарным ассортиментом на внешних рынках

Тема 5. Особенности товародвижения на внешнем рынке

практическое занятие (2 часа(ов)):

Условия Инкотермс и их роль в организации сбыта на международном рынке

Тема 6. Стратегии и методы ценообразования на внешнем рынке

практическое занятие (2 часа(ов)):

Методы установления цен на внешнем рынке Источники информации о мировых ценах

Тема 7. Продвижение на внешнем рынке

практическое занятие (2 часа(ов)):

Учет требований международного кодекса рекламной практики в организации продвижения за рубежом

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. Международная среда предпринимательской структуры	3	1	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Стратегии выхода на зарубежные рынки, прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке.	3	2	подготовка к письменной работе	2	письменная работа
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Управление международным маркетингом предпринимательской структуры	3	3	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Специфика управления товаром на внешнем рынке	3	4	подготовка к контрольной работе	10	контрольная работа
5.	Тема 5. Особенности товародвижения на внешнем рынке	3	4	подготовка к письменной работе	10	письменная работа
6.	Тема 6. Стратегии и методы ценообразования на внешнем рынке	3	5	подготовка к письменной работе	10	письменная работа
7.	Тема 7. Продвижение на внешнем рынке	3	5	подготовка к письменной работе	10	письменная работа
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Решение кейсов

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

Тема 1. Международная среда предпринимательской структуры

устный опрос , примерные вопросы:

Влияние экономической среды международного маркетинга на формирование элементов маркетинговой политики предпринимательской структуры Влияние политико - правовой среды международного маркетинга на формирование элементов маркетинговой политики Влияние культурной среды международного маркетинга на формирование элементов маркетинговой политики

Тема 2. Стратегии выхода на зарубежные рынки, прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке.

письменная работа , примерные вопросы:

Кейс "Выход компании ЛУКОЙЛ на внешний рынок"

устный опрос , примерные вопросы:

Косвенный экспорт, прямой экспорт, лицензирование, создание совместных предприятий, прямое инвестирование. Основные формы инвестирования: инвестиции в создание новых мощностей и производств и слияния и поглощения.

Тема 3. Управление международным маркетингом предпринимательской структуры

устный опрос , примерные вопросы:

Международная глобальная, мультинациональная и транснациональная организация, особенности управленческих структур Оргструктура службы маркетинга организации, ориентированной на внешний рынок. Этапы планирования международного маркетинга. Анализ экспортного потенциала предприятия. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности.

Тема 4. Специфика управления товаром на внешнем рынке

контрольная работа , примерные вопросы:

Международная глобальная, мультинациональная и транснациональная организация, особенности управленческих структур Оргструктура службы маркетинга организации, ориентированной на внешний рынок. Этапы планирования международного маркетинга. Анализ экспортного потенциала предприятия. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности.

Тема 5. Особенности товародвижения на внешнем рынке

письменная работа , примерные вопросы:

Условия Инкотермс и их роль в организации сбыта на международном рынке

Тема 6. Стратегии и методы ценообразования на внешнем рынке

письменная работа , примерные вопросы:

Методы установления цен на внешнем рынке Источники информации о мировых ценах

Тема 7. Продвижение на внешнем рынке

письменная работа , примерные вопросы:

Учет требований международного кодекса рекламной практики в организации продвижения за рубежом

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену

1. Сущность маркетинга внешнеэкономической деятельности
2. Интернационализация и глобализация бизнеса.
3. Среда маркетинга внешнеэкономической деятельности
4. Транснациональные корпорации.
5. Стратегии маркетинга внешнеэкономической деятельности
6. Особенности исследования внешнего рынка.
7. Выбор зарубежного партнера.
8. Проблемы международной рекламной деятельности.
9. Особенности и организация стимулирования сбыта в международной торговле.
10. Специфика личных продаж в маркетинге внешнеэкономической деятельности
11. Организация связей с общественностью в маркетинге внешнеэкономической деятельности
12. Международные стандарты качества.
13. Товародвижение в маркетинге внешнеэкономической деятельности
14. Особенности ценообразования в маркетинге внешнеэкономической деятельности.
15. Методы расчета цен в маркетинге внешнеэкономической деятельности
16. Международная конкуренция.
17. Способы выхода на внешний рынок.
18. Разновидности дочерних фирм за рубежом.
19. Роль посредников во внешнеэкономической деятельности.
20. Виды посредников во внешнеэкономической деятельности.
21. Проблемы контроля за работой каналов сбыта в маркетинге внешнеэкономической деятельности.
22. Роль "Инкотермс" в организации международной торговли.
23. Формирование структуры службы маркетинга при реализации внешнеэкономической деятельности.
24. Оптимизация товарного ассортимента в маркетинге внешнеэкономической деятельности
25. Пути решения проблемы: стандартизация или глобализация?

26. Организация переговоров с зарубежными партнерами.
27. Невербальные методы ведения переговоров.
28. Позиционирование фирмы на внешнем рынке.
29. Позиционирование товара на внешнем рынке.
30. Преимущества и проблемы членства РФ в ВТО.

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:

- Индекс BERI. - <http://www.beri.com/>
Инкотермс 2011. - <http://www.fialan.com.ua/incoterms2011/>
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 "Внешнеэкономическая деятельность предпринимательских структур" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

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 Экономика предпринимательства .

Автор(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.