

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 41.03.05 Международные отношения

Наименование образовательной программы: Международное энергетическое сотрудничество

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Рабочая программа дисциплины**  
**МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	<b>Б1.Ч.10</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>6 семестр - 4;</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>144 часа</b>
<b>Лекции</b>	<b>6 семестр - 28 часа;</b>
<b>Практические занятия</b>	<b>6 семестр - 28 часа;</b>
<b>Лабораторные работы</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Консультации</b>	<b>6 семестр - 2 часа;</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>6 семестр - 85,5 часа;</b>
<b>в том числе на КП/КР</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Иная контактная работа</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>включая:</b>	
<b>Тестирование</b>	
<b>Контрольная работа</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>6 семестр - 0,5 часа;</b>

**Москва 2026**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalikovMV-51d2b6

М.В.  
Кахальников

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сухарева Е.В.
	Идентификатор	R2bc266f4-SukharevaYevV-2948f94

Е.В. Сухарева

Заведующий выпускающей  
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сухарева Е.В.
	Идентификатор	R2bc266f4-SukharevaYevV-2948f94

Е.В. Сухарева

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** освоение основ международного маркетинга, каналов продвижения на международных рынках, рекламе, а также формирование умений по разработке стратегии продвижения.

### Задачи дисциплины

- дать студенту теоретические знания о международном маркетинге во всех его проявлениях;
- дать прикладные знания в области развития форм и методов маркетингового экономического управления субъектами рыночной деятельности;
- выработать навыки креативной реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности маркетолога.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять внешнеэкономическую деятельность организации	ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Применяет инструменты маркетинга для продвижения на международных рынках	знать: - технологии продвижения в международном маркетинге; - основы международного маркетинга.  уметь: - разрабатывать комплекс маркетинга; - применять инструменты маркетинга; - выбирать оптимальную маркетинговую стратегию.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Международное энергетическое сотрудничество (далее – ОПОП), направления подготовки 41.03.05 Международные отношения, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Основы маркетинга	20	6	5	-	5	-	-	-	-	-	10	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Основы маркетинга" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 1 [2], 7-23 [3], 3-7	
1.1	Основы маркетинга	20		5	-	5	-	-	-	-	-	10	-		
2	Стратегия и планирование в международном маркетинге	23		6	-	6	-	-	-	-	-	-	11	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Стратегия и планирование в международном маркетинге" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 1 [2], 24-39 [3], 7-18
2.1	Стратегия и планирование в международном маркетинге	23		6	-	6	-	-	-	-	-	-	11	-	
3	Инструменты маркетинга	23		6	-	6	-	-	-	-	-	-	11	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Инструменты маркетинга" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 1 [2], 40-68 [3], 19-28
3.1	Инструменты маркетинга	23		6	-	6	-	-	-	-	-	-	11	-	
4	Разработка комплекса маркетинга	22		6	-	6	-	-	-	-	-	-	10	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Разработка комплекса маркетинга"
4.1	Разработка комплекса	22		6	-	6	-	-	-	-	-	-	10	-	

	маркетинга												<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 1 [2], 69-89 [3], 29-37
5	Технологии продвижения в международном маркетинге	20	5	-	5	-	-	-	-	-	10	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Технологии продвижения в международном маркетинге"
5.1	Технологии продвижения в международном маркетинге	20	5	-	5	-	-	-	-	-	10	-	<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 1 [2], 156-167 [3], 38-39
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>144.0</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.5</b>	<b>52</b>	<b>33.5</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>144.0</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>28</b>		<b>2</b>		<b>-</b>	<b>0.5</b>		<b>85.5</b>	

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

### **3.2 Краткое содержание разделов**

#### 1. Основы маркетинга

##### 1.1. Основы маркетинга

Теоретические аспекты маркетинга. Понятие международного маркетинга. История развития маркетинга. Основные виды маркетинга.

#### 2. Стратегия и планирование в международном маркетинге

##### 2.1. Стратегия и планирование в международном маркетинге

Планирование маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда. Разработка маркетинговой стратегии..

#### 3. Инструменты маркетинга

##### 3.1. Инструменты маркетинга

Сегментирование рынка. Коммерческое прогнозирование..

#### 4. Разработка комплекса маркетинга

##### 4.1. Разработка комплекса маркетинга

Маркетинговое понимание товара. Жизненный цикл товара. Цена в системе маркетинга..

#### 5. Технологии продвижения в международном маркетинге

##### 5.1. Технологии продвижения в международном маркетинге

Разработка системы распространения товаров. Разработка системы стимулирования продаж. Маркетинговые исследования..

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Инструменты маркетинга;
2. Технологии продвижения в международном маркетинге;
3. Основы маркетинга;
4. Стратегия и планирование в международном маркетинге;
5. Разработка комплекса маркетинга.

### **3.4. Темы лабораторных работ**

не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

#### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Основы маркетинга"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Стратегия и планирование в международном маркетинге"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Инструменты маркетинга"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Разработка комплекса маркетинга"
5. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Технологии продвижения в международном маркетинге"

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ**

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)					Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	
<b>Знать:</b>							
основы международного маркетинга	ИД-1ПК-1	+					Тестирование/Основы маркетинга
технологии продвижения в международном маркетинге	ИД-1ПК-1					+	Тестирование/Технологии продвижения в международном маркетинге
<b>Уметь:</b>							
выбирать оптимальную маркетинговую стратегию	ИД-1ПК-1		+				Контрольная работа/Стратегия и планирование в международном маркетинге
применять инструменты маркетинга	ИД-1ПК-1			+			Контрольная работа/Инструменты маркетинга
разрабатывать комплекс маркетинга	ИД-1ПК-1				+		Контрольная работа/Разработка комплекса маркетинга

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**6 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Инструменты маркетинга (Контрольная работа)
2. Основы маркетинга (Тестирование)
3. Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа)
4. Стратегия и планирование в международном маркетинге (Контрольная работа)
5. Технологии продвижения в международном маркетинге (Тестирование)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Экзамен (Семестр №6)*

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ "МЭИ" на основании семестровой и аттестационной составляющей

В диплом выставляется оценка за 6 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Маркетинг : учебно-методический комплекс.- Электрон. текстовые, граф. дан / Е. М. Табачный, Д. А. Фрей, А. В. Козлов, [и др.], Моск. энерг. ин-т (МЭИ ТУ), Кафедра экономики промышленности и организации предприятий ( ЭКО ), Центр новых информационных технологий. – М. : МЭИ (ТУ), 2008. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – (Дистанционное обучение). – Систем. требования: Windows Me/2000/XP, браузер Internet Explorer. – Загл. с экрана.

[http://elib.mpei.ru/elib/view.php?id=1616;](http://elib.mpei.ru/elib/view.php?id=1616)

2. В. И. Моргунов, С. В. Моргунов- "Международный маркетинг", (4-е изд., стер.), Издательство: "Дашков и К°", Москва, 2020 - (182 с.)

[https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621659;](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621659)

3. Табачный, Е. М. Маркетинговая и внешнеэкономическая деятельность предприятия. Сборник задач : Учебное пособие по курсам "Маркетинговая деятельность предприятия" "Внешеэкономическая деятельность предприятия" по специальности "Экономика и управление на предприятии" / Е. М. Табачный, Г. Н. Курдюкова, Моск. энерг. ин-т (МЭИ ТУ). – М. : Изд-во МЭИ, 2004. – 72 с. – ISBN 5-7046-1052-8..

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др);

5. Acrobat Reader.

### 5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	С-305, Мультимедийный учебный класс	стол преподавателя, стол, стул, вешалка для одежды, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, ноутбук
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	С-305, Мультимедийный учебный класс	стол преподавателя, стол, стул, вешалка для одежды, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, ноутбук
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	С-305, Мультимедийный учебный класс	стол преподавателя, стол, стул, вешалка для одежды, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, ноутбук
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-302, Читальный зал отдела обслуживания учебной литературой	стул, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	НТБ-303, Лекционная аудитория	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	С-306, Преподавательская	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, шкаф для документов, шкаф для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	С-308, Преподавательская	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, компьютер персональный
	С-310/1, Преподавательская	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, компьютер персональный
	С-310/2,	кресло рабочее, рабочее место

	Преподавательская	сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, компьютер персональный
	С-316, Преподавательская	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер
	С-318, Преподавательская	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, шкаф для документов, шкаф для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, компьютер персональный, книги, учебники, пособия
	С-313, Преподавательская	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, компьютер персональный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	С-304/2, Архив	стеллаж, стеллаж для хранения книг, книги, учебники, пособия, архивные документы

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Международный маркетинг

(название дисциплины)

#### 6 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Основы маркетинга (Тестирование)
- КМ-2 Стратегия и планирование в международном маркетинге (Контрольная работа)
- КМ-3 Инструменты маркетинга (Контрольная работа)
- КМ-4 Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа)
- КМ-5 Технологии продвижения в международном маркетинге (Тестирование)

**Вид промежуточной аттестации – Экзамен.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
		Неделя КМ:	4	6	8	12	14
1	Основы маркетинга						
1.1	Основы маркетинга		+				
2	Стратегия и планирование в международном маркетинге						
2.1	Стратегия и планирование в международном маркетинге			+			
3	Инструменты маркетинга						
3.1	Инструменты маркетинга				+		
4	Разработка комплекса маркетинга						
4.1	Разработка комплекса маркетинга					+	
5	Технологии продвижения в международном маркетинге						
5.1	Технологии продвижения в международном маркетинге						+
Вес КМ, %:			20	20	20	20	20