

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

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.16
Трудоемкость в зачетных единицах:	6 семестр - 4;
Часов (всего) по учебному плану:	144 часа
Лекции	6 семестр - 28 часа;
Практические занятия	6 семестр - 14 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	6 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	6 семестр - 99,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая:	
Тестирование	
Контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	6 семестр - 0,5 часа;

Москва 2025

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhnikovMV-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-2 Способен осуществлять внешнеэкономическую деятельность организации	ИД-1 _{ПК-2} 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	-	2	-	-	-	-	-	13	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Основы маркетинга" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 1 [2], 7-23 [3], 3-7	
1.1	Основы маркетинга	20		5	-	2	-	-	-	-	-	13	-		
2	Стратегия и планирование в международном маркетинге	22		6	-	3	-	-	-	-	-	-	13	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Стратегия и планирование в международном маркетинге" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 1 [2], 24-39 [3], 7-18
2.1	Стратегия и планирование в международном маркетинге	22		6	-	3	-	-	-	-	-	-	13	-	
3	Инструменты маркетинга	23		6	-	3	-	-	-	-	-	-	14	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Инструменты маркетинга" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 1 [2], 40-68 [3], 19-28
3.1	Инструменты маркетинга	23		6	-	3	-	-	-	-	-	-	14	-	
4	Разработка комплекса маркетинга	22		6	-	3	-	-	-	-	-	-	13	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Разработка комплекса маркетинга"
4.1	Разработка комплекса	22		6	-	3	-	-	-	-	-	-	13	-	

	маркетинга												<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 1 [2], 69-89 [3], 29-37
5	Технологии продвижения в международном маркетинге	21		5	-	3	-	-	-	-	13	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Технологии продвижения в международном маркетинге"
5.1	Технологии продвижения в международном маркетинге	21		5	-	3	-	-	-	-	13	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 1 [2], 156-167 [3], 38-39
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5
	Всего за семестр	144.0		28	-	14	-	2	-	-	0.5	66	33.5
	Итого за семестр	144.0		28	-	14	2	-	-	0.5	99.5		

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

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	
Знать:							
основы международного маркетинга	ИД-1 _{ПК-2}	+					Тестирование/Основы маркетинга
технологии продвижения в международном маркетинге	ИД-1 _{ПК-2}					+	Тестирование/Технологии продвижения в международном маркетинге
Уметь:							
выбирать оптимальную маркетинговую стратегию	ИД-1 _{ПК-2}		+				Контрольная работа/Стратегия и планирование в международном маркетинге
применять инструменты маркетинга	ИД-1 _{ПК-2}			+			Контрольная работа/Инструменты маркетинга
разрабатывать комплекс маркетинга	ИД-1 _{ПК-2}				+		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://elibr.mpei.ru/elibr/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>;
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

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