

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*Экономический факультет*

Рекомендовано МССН

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины**

**Управление международными маркетинговыми проектами**

**Рекомендуется для направления подготовки  
38.04.02.Менеджмент**

**Направленность программы (профиль)**

**Управление международными проектами**

Квалификация выпускника магистр

Москва

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: обеспечить необходимые студентам теоретические знания принципов управления международными маркетинговыми проектами и практические навыки применения проектного менеджмента в маркетинговой деятельности предприятия.

Задачи курса:

- Изучение различных подходов к планированию и управлению международными маркетинговыми проектами;
- Изучение составления планов, графиков работ и бюджета международных маркетинговых проектов;
- Изучение контроля процесса выполнения международного маркетингового проекта;
- Изучение своевременного определения рисков и управления ими;
- Изучение основных этапов и систем управления международным маркетинговым проектом;
- Изучение особенностей деятельности на каждом этапе Жизненного цикла международного маркетингового проекта;
- Изучение и овладение навыками составления основных документов, применяемых для управления маркетинговыми проектами

## 2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Цикл Б1.В.ДВ.03.02

В таблице №1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<b>Универсальные компетенции</b>			
1	– Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла. (УК-2)	Проектный анализ	Управление международными проектами Управление интернет-проектами Анализ проектных рисков
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
1	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и	Инвестиционный анализ международных проектов	Управление проектами слияние и поглощения Управление контрактами в международных проектах Управление интернет-проектами

	развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций. (ОПК-4)		
<b>Профессиональные компетенции</b>			
1	Способен руководить проектной работой в организациях, ведущих внешнеэкономическую деятельность, с использованием современных методов управления проектами. (ПК-3)	Основы Microsoft Project	Управление проектами слияния и поглощения Управление международными проектами Управление интернет-проектами

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на **формирование следующих компетенций:**

#### **Универсальные (УК)**

- Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла. (УК-2)

#### **Общепрофессиональные (ОПК):**

- проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций. (ОПК-4)

#### **Профессиональные (ПК)**

Способен руководить проектной работой в организациях, ведущих внешнеэкономическую деятельность, с использованием современных методов управления проектами. (ПК-3)

#### **В результате изучения дисциплины студент должен:**

##### **Знать:**

- роли, функции и задачи проектного менеджмента в международном маркетинге в современной организации;
- основные бизнес-процессы международных маркетинговых проектов;
- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования международных маркетинговых проектов;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля международных маркетинговых проектов;
- методы маркетинговых исследований при проведение международных маркетинговых проектов;
- основы маркетинговых коммуникаций международных проектов;

##### **Уметь:**

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций при организации международных маркетинговых проектов;

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию при проведении международных маркетинговых проектов;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований для эффективного проведения международных маркетинговых проектов;
- ставить и решать задачи международных маркетинговых проектов
- разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию участников международных маркетинговых проектов

**Владеть:**

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль) при проведении международных маркетинговых проектов;
- методами разработки и реализации международных маркетинговых проектов

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2 зачетных единицы**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>18</b>		18		
В том числе:	-		-	-	-
Лекции					
Семинары (С)	18		18		
<b>В интерактивной форме</b>	18		18		
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>54</b>		<b>54</b>		
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
<i>Другие виды самостоятельной работы:</i>					
Подготовка 2-х творческих работ	20		20		
Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы и повторение содержания лекций	10		10		
Изучение отдельных вопросов семинаров для участия в дискуссиях	15		15		
Подготовка к рубежной и итоговой аттестациям	9		9		
Вид промежуточной аттестации - тест	ТЕСТ				
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	<b>72</b>		<b>72</b>		
	<b>2</b>		<b>2</b>		
Курсовая работа часов Зачетных единиц					

**5. Содержание дисциплины**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Тема 1. Основные понятия в управлении международными маркетинговыми проектами.	Предмет, цели и задачи курса. Введение в дисциплину. Понятие проекта. Основные свойства международного маркетингового проекта. Различия между операционным маркетингом, программой и проектом. Типы международных маркетинговых проектов. Понятие управления проектом. Проектный треугольник Г.Керцнера. Объект проектного управления. Виды и особенности маркетинговых проектов. Преимущества проектного управления в маркетинге.
2	Тема 2. Проект разработки нового продукта для внешних рынков	Основные подходы к разработке нового продукта для внешних рынков Принципы разработки нового продукта для внешних рынков Поэтапный контрольный разработки нового продукта. Основные критерии, используемые при поэтапном контроле.
3	Тема 3. Выбор целевого рынка и принятие решений о выходе на внешние рынки	Основные цели сегментации. Оценка доступности сегмента. Оценка потенциала сегмента. Оценка возможностей освоения сегмента. Критерии рисков и метод оценки рисков института BERI. Среда и условия эффективной международной маркетинговой деятельности. STEP-анализ. Оценка привлекательности внешних рынка по модели 5 сил М.Портера . Оценка основных рисков внешней среды по методу Дельфи. Оценочный анализ конкуренции.
4	Тема 4. Маркетинговый проект: вывод на зарубежный рынок нового бренда, нового продукта	Определение концепции продукта. Анализ коммерческой ситуации на зарубежном рынке Реализация проекта. Запуск и контроль проекта. Администрирование проекта
5	Тема 5. Маркетинговый проект: проведение ВТЛ акции на зарубежных рынках	Ключевые моменты для разработки успешного мероприятия по стимулированию сбыта. Основные ограничения проекта стимулирования сбыта на зарубежном рынке. Определение цели проекта стимулирования сбыта. Разработка стратегии и программы стимулирования сбыта Бюджет и анализ окупаемости проекта. Определение эффективности проекта Структурирование проекта. Системы оценки проекта. Администрирование проекта.

6	Тема 6. Маркетинговый проект: проведение PR мероприятия на зарубежном рынке	Замысел проекта. Определение целей проекта. Разработка графика работ. Разработка проектного задания. Основные стадии развития проекта. Разработка графика работ Разработка бюджета проекта. Организация трудовых ресурсов. Распределение обязанностей. Мотивация. Управление и контроль выполнения работ. Завершение проекта. Подведение итогов. Подготовка необходимой документации.
7	Тема 7. Маркетинговый проект: постановка бренда в международную розничную сеть.	Алгоритм подготовки к работе. Матрица принятия решения в международных розничных сетях. Создание коалиции влияния внутри сети. Подготовка коммерческого предложения. Подготовка плана входа в сеть.
8	Тема 8. Маркетинговый проект: проведение международного маркетингового исследования	Основные проблемы при заказе международных маркетинговых исследований План проведения международных маркетинговых исследований. Классификация планов маркетинговых исследований Алгоритм разработки маркетингового исследования Разработка технического задания и предложения на проведение исследования Алгоритм проведения кабинетных исследований, сбора и анализа вторичной информации

## 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Прак т. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Тема 1. Основные понятия в управлении международными маркетинговыми проектами.				2	7	9
2.	Тема 2. Проект разработки нового продукта для внешних рынков				2	7	9
3.	Тема 3. Выбор целевого рынка и принятие решений о выходе на внешние рынки				3	7	10

4.	Тема 4. Маркетинговый проект: вывод на зарубежный рынок нового бренда, нового продукта				3	7	10
5.	Тема 5. Маркетинговый проект: проведение BTL акции на зарубежных рынках				2	7	9
6.	Тема 6. Маркетинговый проект: проведение PR мероприятия на зарубежном рынке				2	7	9
7.	Тема 7. Маркетинговый проект: постановка бренда в международную розничную сеть.				2	6	8
8.	Тема 8. Маркетинговый проект: проведение международного маркетингового исследования				2	6	8

#### 6. Лабораторный практикум

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо-емкость (час.)
1.		НЕ ПРЕДУСМОТРЕНО	
2.			
...			

#### 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	1	Основные понятия в управлении международными маркетинговыми проектами. Опрос по теме. Дискуссия «Сравнение проектного и операционного менеджмента в международном маркетинге»	2
2.	2	Проект разработки нового продукта для зарубежного рынка	2
3.	3	Выбор целевого рынка и принятие решений о выходе на рынок. Деловая игра: «За» и «Против» вывода товара X на рынок РФ»	3
	4	Маркетинговый проект: вывод на зарубежный рынок нового бренда, нового продукта. Групповые проекты: «Подготовка запуска нового продукта»	3

5	Маркетинговый проект: проведение BTL акции на зарубежных рынках. Изучение бизнес-ситуации «Максвелл Хауз». Ответы на вопросы к кейсу.	2
6	Маркетинговый проект: проведение PR мероприятия на зарубежном рынке. Разработка плана подготовки компании к участию в выставке.	2
7	Маркетинговый проект: постановка бренда в международную розничную сеть. Подготовка коммерческого предложения.	2
8	Разработка программы проведения маркетингового исследования на зарубежных рынках	2

#### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах);
- доска;
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007;
- мультимедийный проектор;
- допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования
17	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран - 2 шт.
19	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-1700/256MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт., экран -1 шт.
103	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.
105	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.
1	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
2	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
Конф. зал	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., звуковое оборудование
Зал 4 библ.	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.

#### 9. Информационное обеспечение дисциплины

- а) программное обеспечение программное обеспечение Microsoft Office
- б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы Сайт библиотеки РУДН – Режим доступа: <http://lib.rudn.ru/> - со стационарных компьютеров РУДН
1. Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
  2. LexisNexis. – Режим доступа: <http://www.lexisnexis.com/hottopics/lnacademic/>?
  3. Книжные коллекции издательства SPRINGER. – Режим доступа: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)



4. Вестник РУДН – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
5. Columbia International Affairs Online (CIAO) – Режим доступа: <http://www.ciaonet.org/>
6. Универсальные базы данных East View. – Режим доступа: <http://online.ebiblioteka.ru/>
7. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. eLibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?>
8. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». [Grebennikon](http://grebennikon.ru/). – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>
9. Международный портал электронных газет общественно-политической тематики. [Library PressDisplay](http://library.pressdisplay.com) – Режим доступа: <http://library.pressdisplay.com>
10. Справочники - отраслевые и страноведческие БД. [Polpred.com](http://www.polpred.com/). – Режим доступа: <http://www.polpred.com/>
11. On-line доступ к журналам. Информационная база данных по всем отраслям науки и электронная доставка документов. [SwetsWise](https://www.swetswise.com). – Режим доступа: <https://www.swetswise.com>
12. Журналы [University of Chicago Press Journals](http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlphabet): American Journal of Education. Comparative Education Review. – Режим доступа: <http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlphabet>
13. Книги издательства «Альпина Паблицерз». Актуальная деловая литература. – Режим доступа: [http://www.alpinabook.ru/books/online\\_biblioteka.php](http://www.alpinabook.ru/books/online_biblioteka.php)
14. Электронная библиотека литературы по истории России [BIBLIOPHIKA](http://www.bibliophika.ru/) – Режим доступа: <http://www.bibliophika.ru/>
15. Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>

*Поисковые системы:* Яндекс ([yandex.ru](http://yandex.ru)), Google ([google.ru](http://google.ru)).

## **10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

а) основная литература

1. Управление проектами [Текст] : Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" / И.И. Мазур [и др.]; Под общ. ред. И.И.Мазура и В.Д.Шапиров. - 10-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2014. - 960 с. : ил. - (Современное бизнес-образование). - ISBN 978-5-370-02800-7 : 773.00.
  2. Управление проектами [Электронный ресурс] : Учебное пособие для бакалавров экономического факультета, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Авт.-сост. Т.Н. Якубова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 64 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08363-4.
1. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 242 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-08200-5.
  2. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под ред. И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 398 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02455-5.
  3. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство

Юрайт, 2018. — 350 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7.

б) дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 242 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-08200-5.

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под ред. И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 398 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02455-5.

3. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 350 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7

**Периодические издания:**

1. Маркетинг.
2. Маркетинг в России и за рубежом.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.
4. Маркетолог.
5. Новый маркетинг.
6. Секрет фирмы.
7. Consumption, Markets & Culture.
8. European Journal of Marketing.
9. Industrial Marketing Management.
10. International Journal of Advertising.
11. International Journal of Consumer Studies.
12. International Journal of Research in Marketing.
13. Journal of the Academy of Marketing Science.
14. Journal of Euromarketing.
15. Journal of International Consumer Marketing.
16. Journal of Public Policy & Marketing.
17. Marketing Intelligence & Planning.
18. Psychology & Marketing.

**11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:**

Учебный курс «Управление международными маркетинговыми проектами» предполагает знание основ проектного управления в международном маркетинге. Организационно-методическое построение курса, рассчитанного на 18 учебных недель/72 академических часа, предполагает 18 часов семинарских занятий, 54 часа самостоятельной работы.

Преподавание курса предполагает семинары, практические занятия, обсуждение конкретных ситуаций, проведение деловых игр. Самостоятельная работа студента включает изучение литературы по актуальным проблемам маркетинга, подготовку письменных и устных заданий.

Занятия проводятся в виде интерактивных формах обучения: кейс-метод, деловая игра, мастер-классы.

**1. Виды занятий и методы обучения:**

Семинар	Аудиторная диалоговая форма занятий по одной из тем курса, предполагающая активное участие студентов. Занятия направлены на
---------	---

	формирование у студентов навыков самостоятельного анализа рассматриваемых проблем, умение применять накопленные теоретические знания при решении типовых профессиональных задач.
Деловая игра	Аудиторная форма занятия, предусматривающая групповое обучение совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям.
Кейс-метод	Аудиторная и внеаудиторная форма работы, непосредственная цель которой состоит в анализе ситуации и предложении возможных решений для каждой конкретной ситуации.
Дискуссия	Аудиторная форма занятий, предусматривающая всестороннее обсуждение студентами группы спорного вопроса с целью обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину.
Групповое академическое консультирование	Аудиторная форма занятий, которая предполагает подробное рассмотрение некоторых (наиболее сложных для освоения студентами) тем теоретического курса или дополнительных актуальных тем по желанию студентов. Данная форма занятий является обязательной для преподавателя. Студент принимает участие в такой консультации по желанию.
Индивидуальные консультации	Внеаудиторная форма работы преподавателя с отдельными студентами. Предполагает обсуждение некоторых тем курса, которые вызвали у студента затруднения, или консультации при написании курсовой или выпускной квалификационной работы по курсу.
Самостоятельная работа	Внеаудиторная форма работы, которая предполагает чтение студентами рекомендованной литературы, подготовка творческих работ и устных выступлений, подготовка к письменным контрольным работам, написание рефератов, а также иные виды работ, необходимые для выполнения учебной программы.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ**

### **Правила выполнения письменных работ (контрольных тестовых работ)**

Аттестационная работа выполняется студентом в день занятия, заранее определенный преподавателем для аттестационной работы в соответствии с программой обучения. Пропуск аттестационной работы без уважительной причины приводит к неначислению баллов за задание (без возможности выполнения задания в дальнейшем за полное количество баллов).

В рамках курса «Управление маркетинговыми проектами» предусмотрен блок самостоятельной работы, включающий в себя следующие направления:

1. Чтение современных дополнительных тематических источников, анализ и подготовка докладов по актуальным темам с учетом будущих профессиональных предпочтений студента;
2. Работа с аудио- и видео материалами, демонстрирующими наглядные примеры маркетинговых стратегий компаний ;
3. Участие в исследовательских проектах кафедры маркетинга, ориентированных на формирование и развитие аналитических навыков, умение найти и систематизировать актуальную экономическую информацию.

Самостоятельная работа позволяет студенту расширить, углубить и закрепить полученные знания и навыки с учетом индивидуальной специфики усвоения и обработки информации

**12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Управление маркетинговыми проектами»**

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины Управление международными маркетинговыми проектами (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

**Разработчики:**

Ст.преподаватель кафедры маркетинга

В.В.Калыгина

**Заведующий кафедрой**

маркетинга

А.М.Зобов

**Руководитель программы,**

к.э.н, доцент

С.Ю.Ревина