

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.05.2026 14:02:30

Уникальный программный ключ:

sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Международный маркетинг» входит в программу бакалавриата «Мировая экономика и международная экономическая безопасность» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение глобального видения международных рынков и приобретение студентами навыков креативного использования маркетинговых инструментов во внешнеэкономической деятельности предприятия в условиях обостряющейся конкуренции на мировых товарных рынках. Особое внимание уделяется маркетинговым аспектам выхода отечественных компаний на международные рынки и адаптации глобальных маркетинговых стратегий международных компаний к российским условиям.

Целью освоения дисциплины является предоставление студентам необходимых теоретических знаний и практических навыков по ведению международной маркетинговой деятельности организации

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Международный маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне	ОПК-3.1 Знает основные текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономике; ОПК-3.2 Анализирует и интерпретирует данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявляет тенденции изменения социально-экономических показателей; ОПК-3.3 Понимает движущие силы и закономерности исторического процесса; события и процессы экономической истории;
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчёты для решения задач профессиональной деятельности	ПК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения, поставленной задачи профессиональной деятельности; ПК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных профессиональных задач; ПК-1.3 Обобщает, обосновывает и готовит информационные обзоры и аналитические отчёты для решения задач профессиональной деятельности;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Международный маркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>Линейная алгебра; Микроэкономика; Математический анализ; Теория вероятностей и математическая статистика; Макроэкономика; Экономическая статистика; Мировая экономика; <i>Экономика и политика стран Ближнего Востока**;</i> <i>Экономика и политика стран Латинской Америки**;</i> <i>Экономика и политика стран Индо-Тихоокеанского региона**;</i> Международные экономические отношения; Международные платежные системы и инструменты; Анализ и прогноз мировых рынков товаров и услуг; Процессы региональной экономической интеграции в мировой экономике; Международные статистические базы данных; <i>Внешнеэкономические связи регионов РФ**;</i> <i>Экономика и политика стран Африки**;</i> Институциональная экономика; <i>Теория и практика ИС**;</i> <i>Международные стандарты финансовой отчетности**;</i> <i>Комплаенс**;</i> <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i> Экономическая география; Маркетинг; Ознакомительная практика;</p>	Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне	<p>Микроэкономика; Макроэкономика; Мировая экономика; Международные экономические отношения; Геополитика; Институциональная экономика; Мировой рынок труда и международная миграция;</p>	<p>Преддипломная практика; Международные валютно-кредитные отношения; Международная экономическая безопасность; Основы таможенно-тарифного регулирования; Финансовый менеджмент.</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Зарубежное страноведение; Экономика и организация внешнеэкономической деятельности; Анализ и прогноз мировых рынков товаров и услуг; Процессы региональной экономической интеграции в мировой экономике;	Краткосрочная финансовая политика;
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчёты для решения задач профессиональной деятельности	<p><i>Экономика и политика стран Латинской Америки**;</i> <i>Налоги и налогообложение;</i> <i>Мировой рынок труда и международная миграция;</i> <i>Зарубежное страноведение;</i> <i>Процессы региональной экономической интеграции в мировой экономике;</i> <i>Анализ и прогноз мировых рынков товаров и услуг;</i> <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i> <i>Маркетинг;</i> <i>Экономическая география;</i> <i>Свободные экономические зоны и офшоры**;</i> <i>Международные платежные системы и инструменты;</i> <i>Международные статистические базы данных;</i> <i>Глобальные тренды развития мировой промышленности**;</i> <i>Геоэкономический потенциал стран с формирующимися рынками**;</i> <i>Мировые финансовые центры**;</i></p>	<p>Международные валютно-кредитные отношения; Основа таможенно-тарифного регулирования; <i>Страны Большой семерки в мировой экономике**;</i> <i>БРИКС+ в мировой экономике**;</i> <i>Международная торговля интеллектуальной собственностью и высокотехнологичной продукцией**;</i> <i>Инвестиционные стратегии транснациональных корпораций в странах Африки**;</i> Преддипломная практика;</p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Международный маркетинг» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	51		51
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	12		12
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические основы международного маркетинга	1.1	Введение в дисциплину. Базовые определения международного маркетинга	Отличия международного маркетинга от экспортного и глобального маркетинга. Основные решения международного маркетинга	ЛК, СЗ
		1.2	Стили поведения компании на международных рынках	Этноцентрический, полицентрический, региоцентрический и геоцентрический стили поведения. Характеристики компаний, использующих различные стили поведения	ЛК, СЗ
Раздел 2	Выход компании на международные рынки	2.1	Международная маркетинговая среда	Внешняя и внутренняя среда компаний на международных рынках. Способы выхода компании на международные рынки	ЛК, СЗ
		2.2	Комплекс международного маркетинга	Международная товарная политика, Ценообразование в международном маркетинге. Международная политика распределения. Интегрированные маркетинговые коммуникации международных компаний	ЛК, СЗ
		2.3	Международные маркетинговые исследования	Классификация международных маркетинговых исследований. Алгоритм разработки международного маркетингового исследования	ЛК, СЗ
Раздел 3	Кросс-культурный маркетинг	3.1	Особенности кросс-культурных стратегий компаний на международных рынках	Типы культур по Р.Льюису. Стратегии адаптации к локальным рынкам	ЛК, СЗ
		3.2	Стратегические решения МНК в области адаптации международной товарной стратегии	Адаптация и стандартизация атрибутов продукта в международном маркетинге	ЛК, СЗ
		3.3	Стратегические решения МНК в области ИМК	Адаптация и стандартизация ИМК в международном маркетинге	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5324122>.

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536209>

Дополнительная литература:

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537813>

2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9796-5. — Текст : электронный // Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537814>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Международный маркетинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Калыгина Валентина

Викторовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия

Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Андропова Инна

Витальевна

Фамилия И.О.