

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
Ю.А. Дорошенко
« 21 » 12 2015 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Маркетинговые исследования международных рынков

направление подготовки (специальность):

38.03.01 – Экономика

Направленность программы (профиль, специализация):

38.03.01-01 – Мировая экономика

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт: Экономики и менеджмента

Кафедра: Менеджмента и внешнеэкономической деятельности

Белгород – 2015

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №1327 от 12.11.2015 г.

- плана учебного процесса ФГБОУ ВО БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2015 году.

Составитель: к.э.н., доцент _____ (Г.П. Гриненко)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
Менеджмента и внешнеэкономической деятельности
(наименование кафедры)

Зав. кафедрой: д.э.н., проф. _____ (С.В. Куприянов)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«18» декабря 2015 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

«18» декабря 2015 г., протокол № 4/1

Зав. кафедрой: д.э.н., проф. _____ (С.В. Куприянов)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 21 » _____ 12 _____ 2015 г., протокол № _____ 4 _____

Председатель: к.э.н., доцент _____ (В.В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
1	ПК-1	Способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: объекты маркетинговых исследований на международных рынках; основные направления исследования международных рынков; процесс маркетингового исследования; основные источники информации о международных рынках; количественные и качественные методы обработки маркетинговой информации; методы ценообразования на экспортную продукцию; контролируемые и неконтролируемые факторы среды международного маркетинга;</p> <p>Уметь: организовать процесс маркетинговых исследований на международных рынках; определять источники получения информации о международных рынках; анализировать полученную информацию о международных рынках; оценивать возможные риски при выходе на международный рынок; выбирать оптимальную стратегию при выходе на международный рынок;</p> <p>Владеть: современными методами сбора и обработки экономических и социальных данных; методами анализа маркетинговой информации, анализа экспортного потенциала фирмы.</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1.	Международная транспортно-логистическая система
2.	Макроэкономика
3.	Экономическая география и регионалистика
4.	Мировая экономика и международные отношения
5.	Маркетинг
6.	Статистика

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1.	Этика бизнеса
2.	Основы таможенного дела

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 6
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	180
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	68	68
лекции	34	34
лабораторные		
практические	34	34
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	112	112
Курсовой проект	-	-
Курсовая работа	-	-
Расчетно-графическое задания	18	18
Индивидуальное домашнее задание	-	-
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	58	58
Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	36 (экзамен)	36 (экзамен)

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр 6

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практ занятия	Лаб занят	Сам. работа
1	2	3	4	5	6
1. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований международного рынка					
	Основные направления исследований международных рынков. Методические основы исследований в международном маркетинге. Правила и процедуры маркетинговых исследований.	4	4		6
2. Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга					
	Основные характеристики глобальной экономики. Предпосылки глобализации экономики. Качественные изменения в международном маркетинге в условиях глобализации и роль ТНК как основного субъекта в международном маркетинге.	4	4		6
3. Этапы маркетинговых исследований международного рынка					
	Цели и задачи комплексного исследования зарубежного рынка. Источники международной маркетинговой информации. Использование методов статистики в маркетинговых исследованиях. Форма организации маркетинговых исследований. Направления международных маркетинговых исследований. Сложности организации кабинетных и полевых исследований внешних рынков. Интернет как средство исследования зарубежного рынка. Методы обработки маркетинговой информации. Особенности проведения международных маркетинговых исследований. Комплексный анализ отдельного зарубежного рынка.	4	4		6

1	2	3	4	5	6
4. Исследование международной маркетинговой среды					
	Правовая, политическая, экономическая, социокультурная, информационно – технологическая среда международного маркетинга	4	4		6
5. Исследование международной конкуренции					
	Сущность и основные понятия международной конкурентоспособности и конкуренции. Методические подходы к анализу конкурентоспособности экономических объектов различного уровня (предприятий, отраслей, регионов, государств). Национальное конкурентное преимущество. Теория международной конкуренции М. Портера. Повышение международной конкурентоспособности экономики России	4	4		6
6. Исследование конъюнктуры международного рынка					
	Понятие конъюнктуры и конъюнктурообразующие факторы. Показатели конъюнктуры мирового рынка. Методы прогнозирования конъюнктуры. Международные финансово-экономические индексы и рейтинги как показатели конъюнктуры. Емкость международных рынков	4	4		6
7. Исследование международных товарных рынков					
	Изучение товарной структуры рынка. Ассортимент товаров на исследуемом зарубежном рынке. Потребительские свойства товара и товаров конкурентов. Требования стандартизации и унификации на международных рынках. Особенности международного жизненного цикла товара. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке	4	4		6
8. Исследование фирменной структуры международного рынка					
	Конкурентная международная среда. Возможности поставщиков и посредников на зарубежном рынке. Исследование барьеров входа на международный рынок. Доминирующие факторы внешней среды предприятия.	4	4		6
9. Сегментация международных рынков					
	Критерии сегментации международных рынков. Методы рыночной сегментации. Сегментирование целевых зарубежных рынков и позиционирование товаров и фирм. Выбор целевых рынков	2	2		10
	ВСЕГО	34	34		58

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 6				
1.	Цели, объекты и методы маркетинговых исследований международного рынка	Методы маркетинговых исследований международного рынка	4	4
2.	Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга	Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга	4	4
3.	Этапы маркетинговых исследований международного рынка	Этапы маркетинговых исследований международного рынка	4	4
4.	Исследование международной маркетинговой среды	Исследование международной маркетинговой среды	4	4

5.	Исследование международной конкуренции	Исследование международной конкуренции	4	4
6.	Исследование конъюнктуры международного рынка	Исследование конъюнктуры международного рынка	4	4
7.	Исследование международных товарных рынков	Исследование международных товарных рынков	4	4
8.	Исследование фирменной структуры международного рынка	Исследование фирменной структуры международного рынка	4	4
9.	Сегментация международных рынков	Сегментация международных рынков	2	6
ИТОГО:			34	36
ВСЕГО:			70	

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	2	3
1.	Цели, объекты и методы маркетинговых исследований международного рынка	Основные направления исследований международных рынков. Методические основы исследований в международном маркетинге. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
2.	Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга	Основные характеристики глобальной экономики. Предпосылки глобализации экономики. Качественные изменения в международном маркетинге в условиях глобализации и роль ТНК как основного субъекта в международном маркетинге.
3.	Этапы маркетинговых исследований международного рынка	Цели и задачи комплексного исследования зарубежного рынка. Источники международной маркетинговой информации. Использование методов статистики в маркетинговых исследованиях. Форма организации маркетинговых исследований. Направления международных маркетинговых исследований. Организация кабинетных и полевых исследований внешних рынков. Интернет как средство исследования зарубежного рынка. Методы обработки маркетинговой информации. Особенности проведения международных маркетинговых исследований. Комплексный анализ отдельного зарубежного рынка.
4.	Исследование международной маркетинговой среды	Правовая, политическая, экономическая, социокультурная, информационно – технологическая среда международного маркетинга

1	2	3
5.	Исследование международной конкуренции	Сущность и основные понятия международной конкурентоспособности и конкуренции. Методические подходы к анализу конкурентоспособности экономических объектов различного уровня. Национальное конкурентное преимущество. Теория международной конкуренции М. Портера.
6.	Исследование конъюнктуры международного рынка	Понятие конъюнктуры и конъюнктурообразующие факторы. Показатели конъюнктуры мирового рынка. Методы прогнозирования конъюнктуры. Международные финансово-экономические индексы и рейтинги как показатели конъюнктуры. Емкость международных рынков
7.	Исследование международных товарных рынков	Изучение товарной структуры рынка. Ассортимент товаров на исследуемом зарубежном рынке. Потребительские свойства товара и товаров конкурентов. Требования стандартизации и унификации на международных рынках. Особенности международного жизненного цикла товара. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке
8.	Исследование фирменной структуры международного рынка	Конкурентная международная среда. Возможности поставщиков и посредников на зарубежном рынке. Исследование барьеров входа на международный рынок. Доминирующие факторы внешней среды предприятия.
9.	Сегментация международных рынков	Критерии сегментации международных рынков. Методы рыночной сегментации. Сегментирование целевых зарубежных рынков и позиционирование товаров и фирм. Выбор целевых рынков

5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем

Не предусмотрено выполнение курсовой работы.

5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий

Анализ конкурентоспособности страны

Прогноз развития международного рынка методом экстраполяции.

Цель работы: получение практических навыков и освоение методов маркетинговых исследований и методов прогнозирования на международном рынке.

Задание:

1. Изучить по теме «маркетинговые исследования» следующие вопросы: методы прогнозирования спроса; сущность экстраполяции динамических рядов как метода прогнозирования спроса; методы выравнивания динамических рядов; виды математических функций, используемых для описания временных тенденций спроса.

2. На основе исходных данных построить график и изучить тенденцию развития спроса стране;

3. Подобрать одно из математических уравнений, наилучшим образом описывающее исследуемую тенденцию, рассчитать параметры выбранного уравнения методом наименьших квадратов.

4. Рассчитать выровненные значения международных поставок и построить по ним теоретическую линию графика, нанеся ее на тот же график.

5. Дать оценку пригодности полученного уравнения для прогнозирования, для этого рассчитать среднеквадратичное отклонение и степень устойчивости ряда.

6. Сделать прогноз международных поставок методом экстраполяции по выбранному тренду на последующие два года.

На выполнение РГЗ предусмотрено 18 часов самостоятельной работы студента. Защита РГЗ индивидуально.

5.4. Перечень контрольных работ

Не предусмотрено

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. Галицкая Е.Г., Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Учебник для магистров. М.: Издательство Юрайт, 2010, 540с.

2. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: учебное пособие. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2010. - 176с.

3. Каменева Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 439с.

4. Карпова, С. В. Практикум по международному маркетингу : учеб. пособие / С. В. Карпова. - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2010. –

5. Сейфулаева М.Э. Международный маркетинг/ М.Э. Сейфулаева. -М, ЮНИТИ, 2010.

6. Старикова, М. С. Теория и практика маркетинга: учеб. пособие / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. –

7. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 320 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69117>

8. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 216 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/70540>

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Карпова С.В. Международное рекламное дело. Изд.2-е, перераб.и доп. / Учеб.пос. - М., КНОРУС, 2010. - 288 с.

2. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования. [Электронный ресурс] / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2013. — 296 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/56250>

3. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований: учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. — 248 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/76552>

Справочная и нормативная литература

1. Внешнеэкономическая деятельность: сборник нормативных документов .- М. ТроссМедиа, 2010.

2. Устинов, И.Н. Внешнеэкономические связи России: Статистическо-аналитический справочник/И.Н. Устинов.-М. ".Международные отношения, 2010.

6.3. Перечень интернет ресурсов

1. Справочная правовая система «Консультант Плюс».

2. Справочная правовая система «Гарант».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, практических занятий, самостоятельной работы. Специализированная мебель. Мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук.

Основное программное обеспечение, используемое в процессе проведения научных исследований, включает: Microsoft Windows 7. Договор №63-14к от 02.07.2014 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows Лицензия № 17E017 Microsoft Office Professional 2013 Лицензионный договор № 31401445414 от 25.09.2014. Google Chrome. Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения. Mozilla Firefox. Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения 0707130320867250.


8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

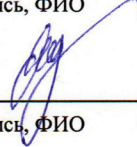
Рабочая программа без изменений утверждена на 2016/2017 уч. год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «13» 05 2016 г.

Заведующий кафедрой _____ С.В. Куприянов


подпись, ФИО

Директор института _____ Ю.А. Дорошенко

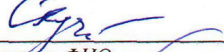

подпись, ФИО


10. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2017/2018 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от « 5 » июня 2017 г.

Заведующий кафедрой _____  Куприянов С.В.
подпись, ФИО

Директор института _____  Дорошенко Ю.А.
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

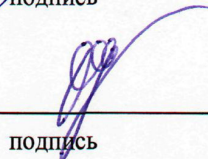
Утверждение рабочей программы с изменениями и дополнениями в п. 7.
Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 2018/2019
уч. год.

Протокол № 9 заседания кафедры от « 10 » мая 2018 г.

Заведующий кафедрой _____ С.В. Куприянов
Ф.И.О.


подпись

Директор института _____ Ю.А. Дорошенко
Ф.И.О.


подпись

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Лекционные и практические занятия – аудитория, оснащенная презентационной техникой, комплект электронных презентаций. Мультимедийное оборудование аудиторий.

При самостоятельной подготовке предусматривается использование научной, учебной, учебно-методической литературы, фонда периодической печати научно-технической библиотеки БГТУ им. В.Г. Шухова. Рекомендуются осуществлять подбор специальной литературы по электронному каталогу библиотеки, использовать ресурсы сети Интернет для расширения и дополнения лекционного материала, подготовки рефератов, докладов, сообщений.

Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Информационно-образовательная среда обеспечивается электронно-библиотечной системой БГТУ им. В.Г. Шухова, доступной из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Имеется доступ к электронно-библиотечной системе IPRbooks, электронно-библиотечной системе издательства «Лань», научно-электронной библиотеке eLIBRARY.ru, справочно-поисковой системе «Консультант Плюс».

Ежегодно обновляемое лицензионное программное обеспечение:

1) Microsoft Windows 10 Корпоративная (Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633 Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2020). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017 г.

2) Microsoft Office Professional Plus 2016 (Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633 Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2020). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017 г.

3) Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition». Сублицензионный договор №102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 20.07.2019 г.


8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019 / 2020 учебный год.

Протокол № 11 заседания кафедры от «10» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой _____


подпись, ФИО

Трошин А.С.

/ Директор института _____


подпись, ФИО

Дорошенко Ю.А.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020/2021 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «22» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой _____

подпись, ФИО

Трошин А.С.

/ Директор института _____

подпись, ФИО

Дорошенко Ю.А.